

ESTUDOS REGIONAIS

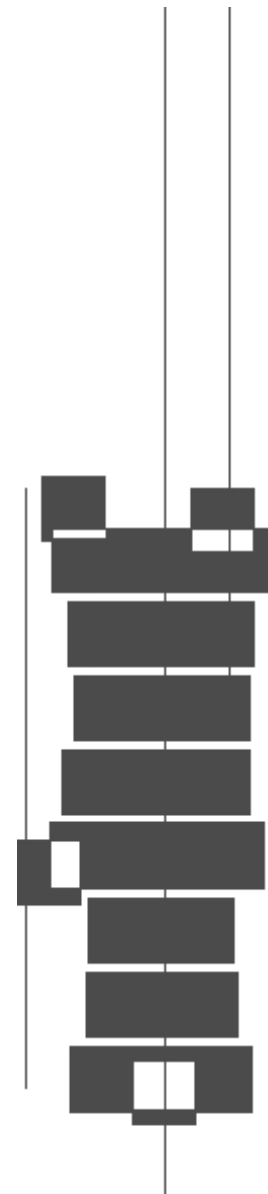
REVISTA PORTUGUESA DE ESTUDOS REGIONAIS
PUBLICAÇÃO QUADRIMESTRAL - Nº 16 - 2007

REFLEXÃO SOBRE A RENDIBILIDADE
DA EDUCAÇÃO NA REGIÃO AUTÓNOMA DOS AÇORES:
ASPECTOS TEÓRICOS E METODOLOGIAS.

INTERACÇÃO ENTRE REDES ORGANIZACIONAIS LOCAIS

MOTIVAÇÕES E PERCEPÇÕES
DOS CONSUMIDORES: O CASO DO ALGARVE

POTENCIAL DEMOGRÁFICO E ÁREA DE PRESSÃO
URBANA COMO CRITÉRIOS DE DISTRIBUIÇÃO DE FUNDOS
PELAS AUTARQUIAS LOCAIS



DIRECÇÃO EDITORIAL

Editor Chefe: **Pedro Nogueira Ramos**

COMITÉ EDITORIAL

Adriano Pimpão, Universidade do Algarve
Álvaro Domingues, Universidade do Porto
António Figueiredo, Universidade do Porto
António Pais Antunes, Universidade de Coimbra
António Simões Lopes, Universidade Técnica de Lisboa
Armindo Carvalho, Universidade do Porto
Artur Rosa Pires, Universidade de Aveiro
Felisberto Marques Reigado, Universidade da Beira Interior
Fernando Ruivo, Universidade de Coimbra
Francisco Diniz, Universidade de Trás-os-Montes
Henrique Soares de Albergaria, Universidade de Coimbra
João Ferrão, Universidade Clássica de Lisboa
João Guerreiro, Universidade do Algarve
José Cadima Ribeiro, Universidade do Minho
José Pedro Pontes, Universidade Técnica de Lisboa
José Reis, Universidade de Coimbra
José Silva Costa, Universidade do Porto
Manuel Brandão Alves, Universidade Técnica de Lisboa
Mário Fortuna, Universidade dos Açores
Mário Rui Silva, Universidade do Porto
Paulo Dias Correia, Universidade Técnica de Lisboa
Rui Nuno Baleiras, Universidade Nova de Lisboa

CATALOGAÇÃO RECOMENDADA

REVISTA PORTUGUESA DE ESTUDOS REGIONAIS. Coimbra, 2007
Revista Portuguesa de Estudos Regionais /
Ed. APDR-Associação Portuguesa para o Desenvolvimento Regional
3º Quadrimestre - Coimbra APDR, 2007
Quadrimestral
ISSN 1645-586X

www.apdr.pt

A Revista Portuguesa de Estudos Regionais encontra-se referenciada nas bases bibliográficas EconLit, JEL on CD, e-JEL e no Journal of Economic Literature.

FICHA TÉCNICA

| **COMPOSIÇÃO:** Eduardo Oliveira
| **CAPA:** Eduardo Oliveira | **IMPRESSÃO:** Tipografia Guerra - Abril 2008
| **TIRAGEM:** 400 exemplares | **DEPÓSITO LEGAL N.º** 190875/03
| **PREÇO:** Avulso € 15.00 (IVA incluído) / Assinatura € 30.00 (IVA incluído)

ÍNDICE

INDEX

Reflexão sobre a Rendibilidade da Educação
na Região Autónoma dos Açores: Aspectos Teóricos
e Metodologias. 5

DAVID BEDO

TOMAZ DENTINHO

JOSÉ VIEIRA

Interacção entre Redes Organizacionais Locais 23

VASCO EIRIZ

NATÁLIA BARBOSA

Motivações e Percepções dos Consumidores:
O Caso do Algarve 43

ANTÓNIA CORREIA

ANA RITA CRUZ

JOÃO GUERREIRO

Potencial Demográfico e Área de Pressão Urbana
como Critérios de Distribuição de Fundos
pelas Autarquias Locais 61

TOMAZ DENTINHO

REFLEXÃO SOBRE A RENDIBILIDADE DA EDUCAÇÃO NA REGIÃO AUTÓNOMA DOS AÇORES: ASPECTOS TEÓRICOS E METODOLOGIAS.

David Bedo - Universidade dos Açores - E-mail: davidbedo@sapo.pt

Tomaz Dentinho - Universidade dos Açores - E-mail: tomaz.dentinho@mail.angra.uac.pt

José Vieira - Universidade dos Açores - josevieira@notes.uac.pt

RESUMO:

De acordo com a teoria do capital humano a educação é um investimento e tem associado uma determinada rendibilidade. A rendibilidade da educação pode ser analisada do ponto de vista do indivíduo, do ponto de vista social e do ponto de vista da produtividade do trabalho. Neste artigo centramo-nos na primeira vertente, isto é, na avaliação da educação enquanto investimento individual. De facto, tal como qualquer investimento, a educação envolve custos para o indivíduo, mas este é posteriormente compensado com um salário mais elevado, traduzindo-se esta relação numa taxa interna de rendibilidade (TIR) individual.

O objectivo deste artigo consiste em efectuar uma revisão de aspectos teóricos e metodologias no domínio da rentabilidade da educação. Em simultâneo, apresentamos uma breve descrição do panorama educativo da população activa da Região Autónoma dos Açores (RAA) e calcula-se que a taxa de rendibilidade da educação dos trabalhadores por conta de outrem é de cerca de 8% tanto para os Açores como para o Continente. Por outro lado verifica-se que a composição dos trabalhadores por conta de outrem nos Açores dificulta a convergência do ganho mensal médio daquela região com o ganho mensal médio no Continente.

Palavras-chave: Capital Humano, Taxa Interna de Rentabilidade, Educação, Açores

JEL: A20, J31, R23

ABSTRACT:

According to the theory of human capital education is considered an investment with expectable profitability. Educational profitability can be analysed from the individual perspective, from the social viewpoint and from the labour productivity angle. In this article we took the individual point of view, this is to say, the education assessment taken as an individual investment evaluation. Actually, like any other investment, education involves costs for the person who takes it but there is also an expected future compensation with higher salaries involving necessarily an individual internal rate of return.

The aim of this paper is to review theoretical and methodological issues related to education profitability. Simultaneously we present a brief description of the level of population education in the Azores and estimate that the internal rate of return of education for employees is around 8% both for the Azores and for Mainland Portugal. On the other hand it can be shown that the structure of the labour force in the Azores constraints the convergence of the average monthly wages between that Region and Mainland Portugal.

Keywords: Human Capital, Internal Rate of Return, Education, Azores

JEL: A20, J31, R23

1. INTRODUÇÃO

Ao longo das últimas cinco décadas inúmeros estudos têm sido realizados com o objectivo de estimar o retorno da educação em diferentes países e regiões. Existem, pelo menos, três ópticas distintas de abordagem: óptica do indivíduo, óptica social e óptica da produtividade do trabalho (Blundell et al., 2001). No primeiro caso, consideram-se apenas os custos e benefícios para o indivíduo, líquidos de quaisquer transferências do estado e de impostos pagos. A segunda abordagem destaca as externalidades geradas pela educação e inclui transferências e impostos. A terceira óptica relaciona a educação com a produtividade do trabalho. Enquanto o retorno privado constitui um indicador da adequação dos níveis de educação oferecidos, o retorno social sugere como esse nível deveria ser financiado (Harmon et al., 2000).

Neste trabalho concentramo-nos exclusivamente na educação como uma decisão individual para investir em capital humano, tendo associada uma taxa interna de rendibilidade. A teoria do capital humano fornece o enquadramento teórico para a abordagem desenvolvida. Contudo, sem desprezar a evolução verificada nas últimas décadas, persistem inúmeros problemas práticos por resolver, nomeadamente associados a características não observadas dos indivíduos (habilidade), a heterogeneidade dos retornos associados à educação e factores do lado da procura que motivam discrepâncias entre a educação possuída e a educação requerida.

Apesar de estarmos na presença de uma área bastante desenvolvida a nível internacional, existem poucos estudos para a Região Autónoma dos Açores (Vieira et. al, 2001; Vieira e Moniz, 2001). Este artigo enquadra-se num projecto de investigação financiado pela Direcção Regional da Ciência e Tecnologia e tem como objectivo preencher essa lacuna. Uma

vez que a rendibilidade da educação é um indicador de escassez (mecanismo de preços), o estudo deve contribuir para uma orientação da política educativa da Região.

De momento, e no âmbito deste artigo, os objectivos são mais modestos: pretendemos apenas esquematizar algumas questões teóricas decorrentes de uma primeira revisão de literatura e contextualizar a realidade da Região no que concerne às habilitações e remuneração da população empregada.

Assim, começamos por definir, no ponto 2, a educação enquanto investimento individual. No ponto 3 apresentamos a equação de Mincer que tem constituído, ao longo das últimas décadas, o instrumento mais utilizado na análise desta problemática bem como à discussão de um conjunto de fragilidades e limitações de carácter prático. Paralelamente enunciamos um conjunto de metodologias habitualmente utilizadas para as ultrapassar, ou pelo menos minimizar. No ponto 4 efectuamos uma breve descrição do panorama no arquipélago dos Açores no que diz respeito às duas variáveis fulcrais em análise: rendimento e nível de escolaridade. O ponto 5 sintetiza as principais conclusões decorrentes dos capítulos anteriores.

2. A EDUCAÇÃO ENQUANTO INVESTIMENTO INDIVIDUAL

De acordo com a teoria do capital humano a educação é encarada como um investimento e tem associada uma taxa de rendibilidade (Becker, 1964 e Mincer, 1958, 1970 e 1974). Cada indivíduo investe um determinado período de tempo da sua vida em educação durante o qual suporta um conjunto de custos, sendo posteriormente recompensado com uma remuneração superior. Este aumento de rendimento é justificado, de acordo com a teoria

do capital humano, pela existência de uma relação positiva entre educação e produtividade.

Recorrendo a um exemplo ilustrativo (Vieira, 2004), vamos supor que um indivíduo, aos 18 anos, tem duas opções alternativas: abandonar o sistema educativo quando terminar o ensino secundário (S) ou ingressar na universidade (U). Como pressupostos consideramos que:

- O curso superior tem uma duração de quatro anos, isto porque para o período a que se referem os dados as licenciaturas eram de 4 e 5 anos;
- Na primeira hipótese beneficia de um salário anual W_S ;
- Ingressando na universidade auferem um nível de remuneração W_U , sendo $W_U > W_S$;
- Durante a universidade o indivíduo não trabalha e suporta um custo anual com livros, propinas, deslocações e outros no montante de K ;

• Por simplificação, e na medida em que tal não ofende a ideia base desta exposição, considera-se que os salários assim como os custos directos com a educação são constantes ao longo do tempo;

• Em qualquer dos casos o indivíduo abandona o mercado de trabalho aos 65 anos.

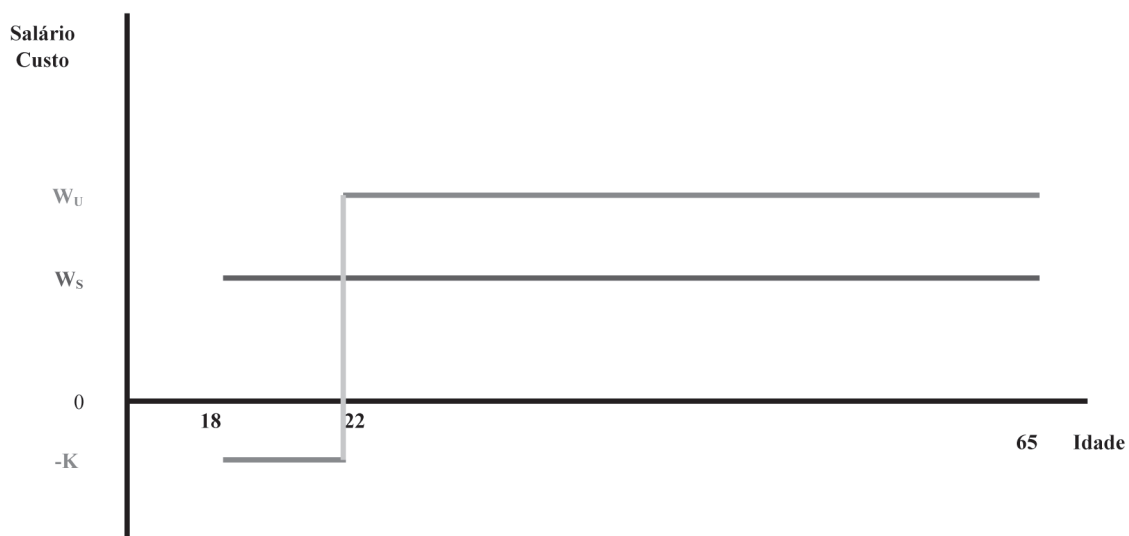
A Figura 1 representa, de forma esquemática e simples, o exemplo descrito nos pontos anteriores.

Podemos igualmente traduzir, do ponto de vista matemático, a situação descrita. Assim, se um indivíduo abandonar a escola e ingressar no mercado de trabalho após a conclusão do ensino secundário, o valor actualizado dos salários é dado pela expressão:

$$\begin{aligned} VA_S &= W_S + W_S / (1 + r) + W_S / (1 + r)^2 + \dots + W_S / (1 + r)^{46} \\ &= \sum_{t=0}^{46} [W_S / (1 + r)^t] \end{aligned} \quad (1)$$

onde r representa a taxa de desconto.

FIGURA 1
Custos e benefícios do investimento em educação



Por outro lado, o ganho associado à segunda opção (ingresso na universidade) é dado pela expressão:

$$VA_U = -K - K / (1 + r) - K / (1 + r)^2 - K / (1 + r)^3 + W_U / (1 + r)^4 + \dots + W_U / (1 + r)^{46}$$

$$= - \sum_{t=0}^3 [K / (1 + r)^t] + \sum_{t=4}^{46} [W_U / (1 + r)^t] \quad (2)$$

Supondo que o indivíduo maximiza o valor actual dos ganhos ao longo do ciclo de vida, o mesmo vai escolher ir para a universidade se $VA_U > VA_S$, ou seja, se:

$$- \sum_{t=0}^3 [K / (1 + r)^t] + \sum_{t=4}^{46} [W_U / (1 + r)^t] - \sum_{t=0}^{46} [W_S / (1 + r)^t] > 0 \quad (3)$$

ou

$$\sum_{t=4}^{46} [(W_U - W_S) / (1 + r)^t] - \sum_{t=0}^3 [(K + W_S) / (1 + r)^t] > 0 \quad (4)$$

Desta expressão retira-se que o indivíduo vai ingressar na universidade se o valor actualizado dos benefícios (primeiro somatório) for superior ao valor actualizado dos custos (segundo somatório), ou seja, se o Valor Actualizado Líquido (VAL) associado à escolha for positivo.

Assim, identificam-se duas categorias de custos associados à decisão de ingressar na universidade: um custo directo K, por cada ano de universidade, relacionado com propinas, livros e deslocações, entre outros; um custo de oportunidade correspondente a W_S , também por cada ano de educação, associado ao salário de que o indivíduo prescinde por estar a estudar em vez de trabalhar. Os benefícios correspondem ao acréscimo de remuneração decorrente da conclusão do ensino universitário ($W_U - W_S$).

Alternativamente, o retorno do investimento em educação pode ser avaliado através da taxa interna de rendibilidade (TIR) que corresponde ao valor de r que para o qual o VAL é zero, ou seja:

$$\sum_{t=4}^{46} [(W_U - W_S) / (1 + r)^t] - \sum_{t=0}^3 [(K + W_S) / (1 + r)^t] = 0 \quad (5)$$

O investimento será rentável se a TIR for superior à taxa de desconto do indivíduo.

Apesar de simples, este modelo sugere que, ceteris paribus, a procura de educação deve aumentar se:

- Os benefícios futuros aumentarem, isto é, se a diferença salarial entre níveis de educação aumentar;
- Os custos, directos ou de oportunidade, com a educação diminuírem;
- A taxa de desconto diminuir, ou seja, se a valorização do consumo futuro aumentar face à valorização do consumo presente.

Este modelo foi colocado numa perspectiva marginalista por Becker (1964). Este autor assume que o indivíduo enfrenta uma curva de custo marginal (crescente com o nível de educação) e uma curva de benefício marginal (decrecente com o nível de educação) e investe até ao ponto em que estas se igualem.

3. QUESTÕES EMPÍRICAS E METODOLÓGICAS DA EQUAÇÃO DE MINCER

A equação de Mincer (1974), a qual constitui uma extensão do trabalho iniciado por Mincer (1958) e prosseguido em Mincer (1970), constitui hoje em dia o principal instrumento de análise com vista à determinação da taxa (marginal) de rendibilidade da educação. São inúmeros os trabalhos que a utilizaram desde aquela altura em diferentes países e para diferentes propósitos (Psacharopoulos, 1989, 1994).

Na sua formulação original a equação de Mincer:

- Não considera a existência de investimento pós-escolar em capital humano;
- Considera uma primeira alternativa em que o indivíduo escolhe zero anos de escolaridade e ganha W_0 (constante) durante cada ano de trabalho;
- Considera outra segunda alternativa em que o indivíduo escolhe S anos de escolaridade e ganha W_S (constante) durante cada ano de trabalho;
- Assume que o indivíduo trabalha durante n anos, independentemente do número de anos de escolaridade que obteve;
- Recorre a um processo contínuo, em vez de discreto;
- Considera que o valor actualizado dos custos directos com a educação é desprezível.

Assim, o valor actualizado líquido dos ganhos ao longo do ciclo de vida de trabalho, no caso de concluir S anos de escolaridade (VA_S) e zero anos de escolaridade (VA_0), é dado pelas expressões:

$$VA_S = W_S \sum_{t=S+1}^{n+S} 1 / (1 + r)^t; \quad VA_0 = W_0 \sum_{t=0}^n 1 / (1 + r)^t \quad (6)$$

Uma vez que o modelo recorre a um processo contínuo, após várias transformações, chegamos à expressão:

$$W_S = W_0 e^{rs} \quad (7)$$

Logaritmizando esta expressão temos que:

$$\ln W_S = \ln W_0 + rs \quad (8)$$

donde:

$$d \ln W_S / ds = r$$

A partir das expressões anteriores conclui-se que o logaritmo dos salários é constante nos anos de educação do indivíduo, correspondendo o coeficiente associado a esta variável à taxa interna (marginal) de rendibilidade da educação. Esta taxa indica a variação percentual nos salários quando o indivíduo adquire um ano adicional de educação.

Assim sendo, com base numa amostra de indivíduos com observações sobre os salários e os anos de escolaridade é possível estimar r através de uma equação do tipo:

$$\ln W_S = a + rs + u \quad (9)$$

onde:

$$a = \ln W_0$$

u – componente aleatória, representando o efeito nos salários de efeitos não observados pelo investigador.

Contudo, o modelo apresentado considera que, após a conclusão da escolaridade, não se verificam mais

investimentos em capital humano. Na realidade, cada indivíduo continua a acumular capital humano ao longo do ciclo de vida através da formação. Para cada nível de educação é possível identificar um perfil de salário, o qual, ao contrário do pressuposto no ponto anterior, não é constante ao longo do ciclo de vida. Com base no pressuposto que os perfis salariais podem ser interpretados como sendo a consequência do investimento por parte dos indivíduos em capital humano no período pós escolar, ou seja enquanto no mercado de trabalho, Mincer chega a uma equação do tipo:

$$\ln W_i = b_0 + b_1 s_i + b_2 t_i + b_3 t_i^2 + u_i \quad (10)$$

onde:

t – número de anos de experiência;

b_1 – taxa interna (marginal) de rendibilidade da educação;

$b_1 > 0$, $b_2 > 0$ e $b_3 < 0$ (concavidade dos perfis da experiência).

Esta equação revela que: (i) mais educação traduz-se em maiores salários para cada nível de experiência; (ii) os salários crescem a uma taxa decrescente com a experiência (concavidade); (iii) os perfis salariais da experiência tendem a ser relativamente paralelos para cada nível de experiência.

A equação (10) tem sido alargada através da inclusão de outras variáveis, passando a ser do tipo:

$$\ln W_i = b_0 + b_1 s_i + b_2 t_i + b_3 t_i^2 + \theta' X_i + u_i \quad (11)$$

onde X inclui um conjunto de variáveis explicativas adicionais tais como o género, a dimensão da empresa, actividades económicas e regiões, entre outras.

A literatura apresenta diferenças, por vezes significativas, no que diz respeito aos resultados obtidos. Muitas resultam de diferenças a nível das qualificações e das características dos indivíduos analisados. Outras, contudo, são o resultado da abordagem estatística adoptada para estimar os impactos da educação nas remunerações (Blundell et al., 2004). Na realidade, uma questão que tem preocupado os investigadores ao longo de vários anos resulta do facto dos valores estimados para a rendibilidade da educação com base na equação de Mincer, normalmente através do método dos Mínimos Quadrados Ordinários, estarem eventualmente enviesados.

Os problemas podem resultar de situações várias (Vieira, 2004; Blundell et al., 2001; Blundell et al., 2004; Harmon, 2000), como:

- Erros de medição da educação e de especificação do modelo, nomeadamente a omissão de variáveis;
- Auto selecção dos trabalhadores em função do desempenho esperado em cada profissão e correlação entre a taxa de retorno e o número de anos de escolaridade escolhidos pelo indivíduo;
- Características do indivíduo, inatas ou adquiridas fora do circuito escolar, não observadas pelo investigador (usualmente apelidadas de habilidade), as quais além de terem um efeito sobre os salários estão correlacionadas com o nível de escolaridade do indivíduo.

A habilidade, entendida como capacidade inata tanto para o trabalho como para o estudo, tem um duplo efeito nos cálculos: por um lado, indivíduos com maior habilidade terão capacidade para converter de forma mais eficiente escolaridade em capital humano

e, assim, obter uma taxa de retorno superior; por outro lado, quanto maior a habilidade, maior o custo de oportunidade associado à decisão de estudar.

Vários investigadores têm tentado resolver este problema com o intuito de medir o verdadeiro impacto da educação nos salários. Tal passa por controlar, ou seja filtrar, o efeito da habilidade (Ashenfelter, Orley e Alan Krueger, 2005; Angrist, Joshua D. and & Krueger, 1998). Para esse fim são utilizados pelo menos três procedimentos:

- Variáveis de controlo – passa por incluir na equação de Mincer, ou extensões desta, variáveis capazes de controlar a habilidade dos indivíduos, como por exemplo o coeficiente de inteligência e o resultado de testes psicotécnicos. De um modo geral, a inclusão deste tipo de variáveis tende a reduzir o valor estimado para a taxa de rendibilidade da educação. Contudo, alguns investigadores mostram-se cépticos relativamente às medidas de habilidade utilizadas. Em particular é possível que muitas delas sejam, elas próprias, um resultado da educação;
- Variáveis instrumentais – recurso a variações exógenas na educação devido a alterações legais na escolaridade obrigatória, ou outras. Uns indivíduos foram afectados pelas alterações e outros não, constituindo o grupo de controlo. Supondo que os indivíduos em ambos os grupos possuem, em média, a mesma habilidade, a diferença percentual dos salários entre os dois grupos por ano de educação deveria constituir uma medida do verdadeiro impacto da escolaridade nos salários. A quase totalidade dos estudos que utiliza este tipo de procedimento conclui que a taxa de rendibilidade da educação é superior à estimada através dos mínimos quadrados ordinários;
- Outros estudos têm utilizado, a fim de controlar a habilidade, formas mais engenhosas como por exemplo, amostras de gémeos verdadeiros. A rendibilidade da educação é, neste caso, determinada através da comparação de salários de pares de indivíduos geneticamente idênticos, mas que possuem diferentes anos de escolaridade. A evidência empírica é mista: embora a maioria dos estudos aponte para uma sobreavaliação dos valores estimados, normalmente através do método dos mínimos quadrados ordinários, outros existem que apontam no sentido contrário.

Outras questões empíricas a ter em conta aquando da realização de estudos deste tipo são o carácter homogéneo / heterogéneo das remunerações e o eventual excesso de habilitações dos trabalhadores. Apesar da predominância de estudos em que a rendibilidade da educação é considerada homogénea, isto é, igual para todos os indivíduos, os estudos mais recentes têm colocado em foco o carácter heterogéneo dos retornos associados ao investimento em educação.

De facto, conforme demonstrado por Card (1994), no nível óptimo de educação o indivíduo iguala a taxa marginal de rendibilidade à taxa marginal de desconto. Assim, a escolha do nível de educação varia entre indivíduos porque estes têm diferentes taxas marginais de rendibilidade e/ou diferentes taxas de substituição entre rendimentos presentes e rendimentos futuros. Seguindo o mesmo raciocínio de Becker (1964), Card (1994) refere que diferenças nas taxas marginais de rendibilidade correspondem a diferenças de habilidade, enquanto diferenças nas taxas de substituição de rendimentos presentes por rendimentos futuros correspondem a diferenças de oportunidade (facilidade de acesso a fundos) ou de gosto pela educação.

A abordagem utilizada por Card (1994) (modelo de coeficientes aleatórios) pode ser utilizada não só para estimar o impacto da educação na média da distribuição salarial, mas também a dispersão dessa rendibilidade em torno da média.

Uma alternativa para analisar a dispersão da rendibilidade da educação é estimar o impacto da mesma em diferentes pontos da distribuição salarial. Tal como o nome indica, em vez de se avaliar o impacto de um ano adicional de educação na média da distribuição salarial, avalia-se em diferentes quantis da mesma.

Outra fonte de variação nos retornos é o excesso de educação. No entanto, a adequação da escolaridade possuída pelo indivíduo face à requerida pelo emprego não é considerada pela teoria do capital humano, uma vez que esta, para a formação salarial, atende apenas a elementos do lado da oferta (o montante de capital humano possuído pelo trabalhador), isto é, assume que cada trabalhador encontra um emprego que requer exactamente a educação possuída pelo mesmo. Contudo, no curto prazo podem surgir discrepâncias entre estas duas realidades.

Existem diversas formas de medir o excesso de educação (Harmon et al., 2000): definições subjectivas baseadas em respostas dos trabalhadores e na percepção dos mesmos, que poderão originar erros de quantificação, ainda mais quando os requisitos a nível de escolaridade para os novos trabalhadores frequentemente excedem os dos trabalhadores mais antigos; medidas mais objectivas resultantes da comparação do nível de escolaridade do indivíduo com a média da categoria ou com os requisitos para o desempenho da função.

Apesar da dificuldade em medir o nível de educação requerido pelo emprego, a evidência empírica demonstra que os anos de escolaridade em excesso, face ao requerido pelo emprego, apresentam uma taxa de retorno inferior.

4. CONTEXTUALIZAÇÃO DA REGIÃO AUTÓNOMA DOS AÇORES

Neste ponto efectuamos uma breve caracterização da população empregada na Região Autónoma dos Açores no que diz respeito às habilitações e à remuneração. Procuramos, igualmente, analisar a posição relativa da Região no contexto nacional.

Para tal, recorremos a informação dos Quadros de Pessoal, para os Açores e Continente, nomeadamente:

- Trabalhadores por conta de outrem segundo o nível de habilitações – obtivemos esta variável em valores absolutos e relativos para o período 1994-2005, no caso da Região, e para o período 1999-2004, no caso do Continente. Em qualquer dos casos são considerados sete níveis de habilitações: inferior ao 1.º ciclo do ensino básico, 1.º ciclo do ensino básico, 2.º ciclo do ensino básico, 3.º ciclo do ensino básico, ensino secundário e cursos das escolas profissionais, bacharelato e licenciatura;
- Ganho mensal médio dos trabalhadores por conta de outrem – por definição “ganho” corresponde ao somatório das remunerações base com diuturnidades e remunerações por horas extraordinárias, assim como outras prestações regulares. Obtivemos esta variável para o período 1994-2005, no caso dos Açores, e para o período 1994-2004, no caso do Continente. Esta variável estava apresentada em termos nominais, tendo

sido objecto de ajustamento para valores reais de 2005 com base na taxa de inflação média anual em Portugal.

Em ambos os casos os dados dizem respeito a todo o tipo de entidades com trabalhadores ao seu serviço, com excepção de:

- Administração central, regional e local, bem como dos institutos públicos nas modalidades de serviço personalizado do Estado e de fundo público (excepto para os trabalhadores ao serviço em regime de contrato individual de trabalho);
- Pessoas colectivas de direito público;
- Entidades patronais que exerçam actividades de exploração agrícola, silvícola ou pecuária, de caça e pesca, salvo quanto aos trabalhadores abrangidos pelo regime geral de segurança social ou por instrumento de regulamentação colectiva de trabalho;
- Trabalho doméstico.

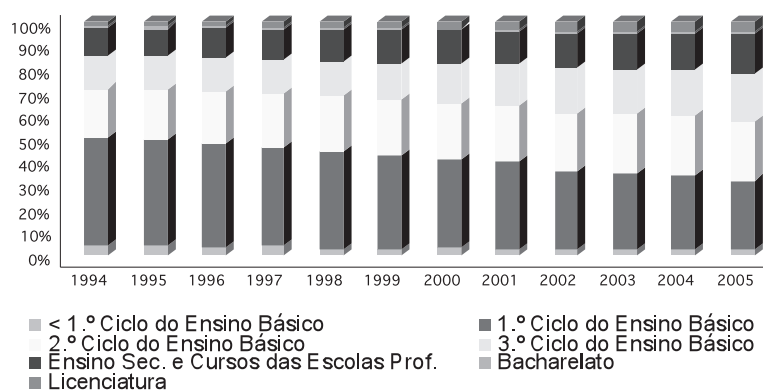
Procedemos à análise destes dados em três perspectivas: num primeiro momento, com base no cálculo de taxas de variação, ilustradas com a elaboração de gráficos, com o objectivo de caracterizar o panorama regional e relativizá-lo face ao Continente; num segundo momento, recorremos a uma análise de componentes de variação tendo em vista a identificação do contributo das componentes estrutural, regional e nacional na variação do número de empregados por nível de habilitação; por último, efectuamos uma regressão em que relacionamos o logaritmo das remunerações com o número de anos de escolaridade.

O Gráfico 1 representa a estrutura dos trabalhadores por conta de outrem (TCO) segundo o nível de habilitações na Região.

De acordo com este gráfico, é possível identificar que, apesar de se registar uma tendência crescente para o 3.º ciclo do ensino básico e superiores, o nível das habilitações continua a ser baixo. De facto, em 2005 57,56% dos trabalhadores considerados não possuíam mais do que o 2.º ciclo e 78,23% não ultrapassavam o 3.º ciclo do ensino básico.

GRÁFICO 1

Trabalhadores por conta de outrem na RAA – Estrutura por nível de habilitações



Esta ideia é reforçada se compararmos a realidade regional com a que se verifica no continente. O Gráfico 2 representa o diferencial entre o peso percentual de cada nível de habilitações nos Açores e em Portugal Continental para o período 1999-2004. Conforme se pode observar, os níveis de habilitação mais baixos (até ao 2.º ciclo do ensino básico) têm um peso relativo superior na RAA, tendo os restantes níveis um peso superior no continente. Para além disso, parece desenhar-se uma tendência para o agravamento desta situação

No que diz respeito ao ganho mensal médio assiste-se, igualmente, a um afastamento entre a RAA e o continente, conforme observado no Gráfico 3.

O Gráfico 4, representativo do diferencial entre as taxas de crescimento do ganho médio nos Açores e no continente, apresenta um cenário de possível agravamento das diferenças entre estes dois espaços geográficos nacionais, ao traduzir uma linha de tendência decrescente para a RAA.

GRÁFICO 2
Estrutura dos trabalhadores por conta de outrem por habilitações – Diferencial RAA/Continente

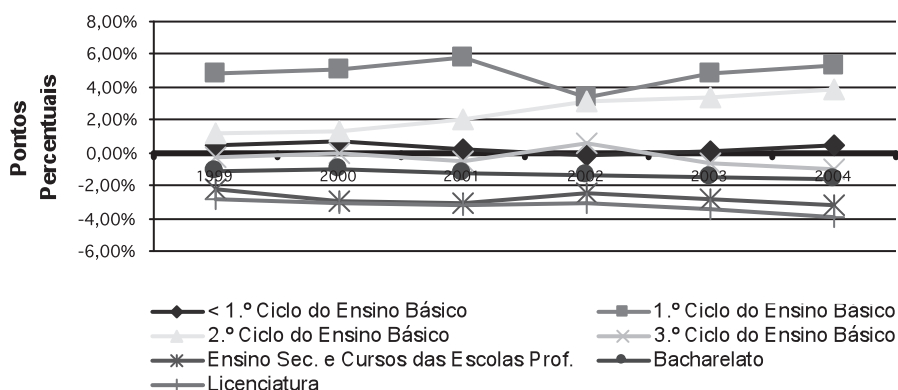


GRÁFICO 3
Ganho mensal médio dos trabalhadores por conta de outrem

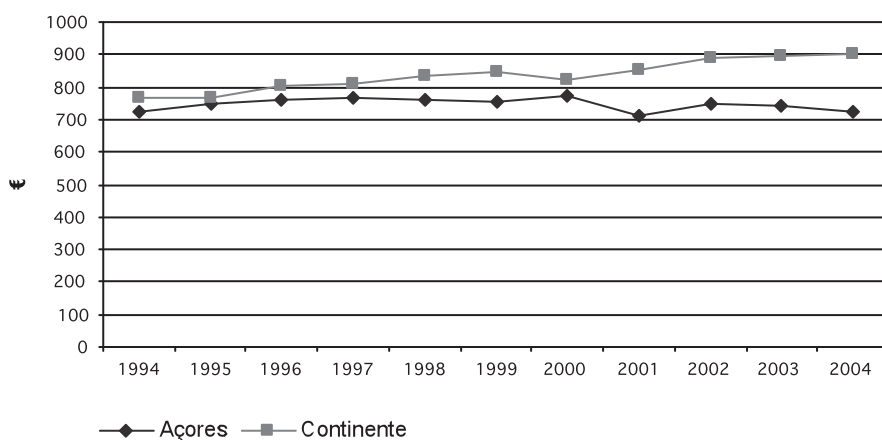
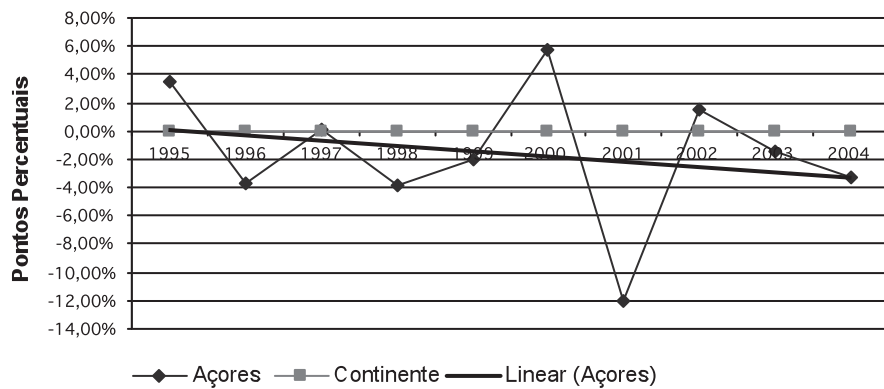
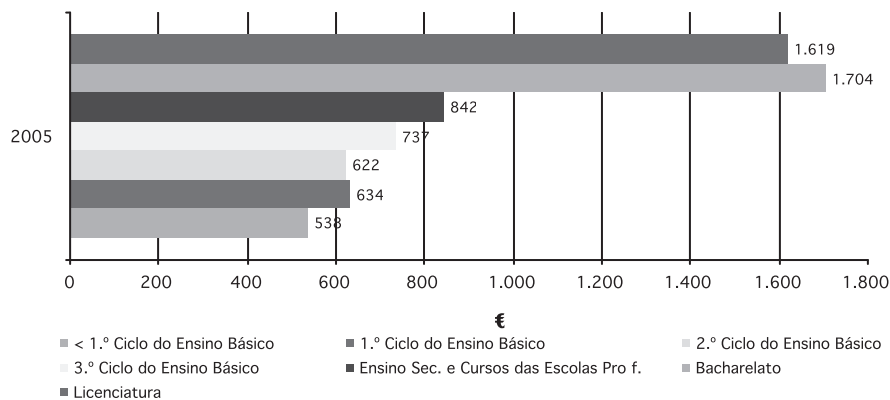


GRÁFICO 4

Ganho médio mensal dos TCO's – Diferencial das taxas de variação RAA/Continente

GRÁFICO 5
Ganho médio mensal dos trabalhadores a tempo completo segundo as habilitações - Açores

Por último, apresentamos o ganho médio mensal dos trabalhadores por conta de outrem na Região por nível de habilitações. Conforme representado no Gráfico 5, constata-se que a níveis mais elevados de escolaridade correspondem, em média, remunerações mais elevadas, de acordo com a teoria exposta nos pontos anteriores. Não deixa, contudo, de ser curiosa a convergência entre bacharelatos e licenciaturas, situação que não se verifica em Portugal Continental.

Passando à análise de componentes de variação, assumimos que:

- Portugal Continental é representativo da situação nacional;

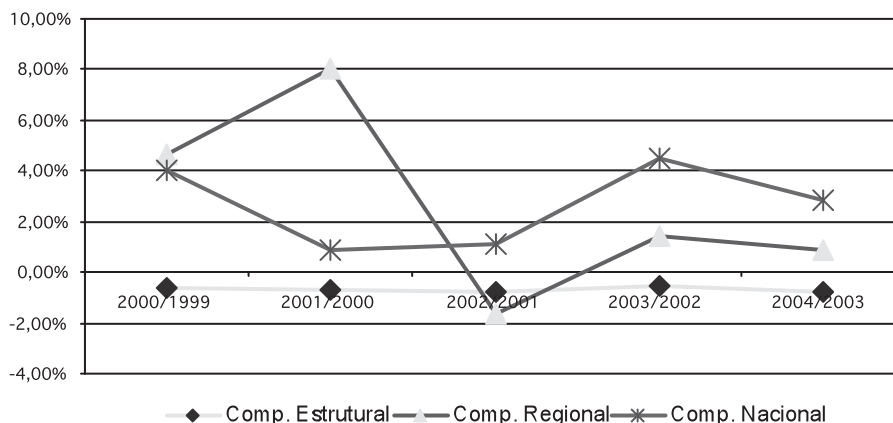
- A variável objecto de análise é o número de trabalhadores por conta de outrem por nível de habilitação;

- Vamos analisar a Região Açores por comparação com o Continente;

- Vão ser calculadas as componentes de variação (nacional, estrutural e regional) para os pares de anos 2000/1999, 2001/2000, 2002/2001, 2003/2002 e 2004/2003

GRÁFICO 6

Decomposição em componentes de variação do crescimento do número de TCO por níveis de habilitação na RAA



O Gráfico 6 sintetiza os cálculos efectuados. A leitura do mesmo indicia que:

- A região Açores apresenta uma componente estrutural negativa uma vez que a composição, em termos de habilitações, dos seus trabalhadores por conta de outrem é menos favorável da que se verifica a nível nacional. Nomeadamente, existe um elevado peso do 1.º ciclo do ensino básico que apresenta uma tendência decrescente a nível nacional;
- A componente regional é sempre positiva excepto em 2002/2001, mas apenas nos dois primeiros anos é superior à componente nacional. Tal significa a existência de ganhos relativos face ao continente por via desta componente;
- A partir de 2001/2002, a variação do número de trabalhadores por conta de outrem é justificada, essencialmente, pela componente nacional.

Por último, procedemos à regressão do logaritmo das remunerações no número de anos de escolaridade. Não utilizámos outras variáveis explicativas relacionadas como a habilitação, a possibilidade de ter pares de gémeos não estarem disponíveis na Base de Dados a que tivemos acesso. Poderíamos ter

utilizado a idade do trabalhador para aferir controlar para o número de anos de escolaridade obrigatória mas isto não foi feito nesta análise preliminar.

Assim, temos:

$$\ln W_i = a + rs + u_i$$

onde:

$\ln W_i$ – logaritmo dos salários médios por nível de escolaridade a preços reais de 2005;

a – Remuneração correspondente a zero anos de escolaridade;

r – rendibilidade de um ano adicional de educação;

s – número de anos de escolaridade;

u_i - erro aleatório

Para o efeito consideramos a seguinte relação entre o nível de habilitações e o número de anos de escolaridade:

- Inferior ao 1.º ciclo do ensino básico – 2 anos de escolaridade;

- 1.º ciclo do ensino básico – 4 anos de escolaridade;
- 2.º ciclo do ensino básico – 6 anos de escolaridade;
- 3.º ciclo do ensino básico – 9 anos de escolaridade;
- Ensino Secundário e Escolas Profissionais – 12 anos de escolaridade;
- Bacharelato – 15 anos de escolaridade;
- Licenciatura – 17 anos de escolaridade.

Estimando a regressão com dados para a Região Açores, obtemos os resultados apresentados na Tabela 1.

Se utilizarmos dados relativos a Portugal Continental, obtemos os dados da Tabela 2, apresentada de seguida.

Embora conscientes da simplicidade do modelo utilizado e das naturais limitações de análise que apresenta (ver secções anteriores), os resultados estatísticos obtidos evidenciam uma apreciável capacidade explicativa. No mesmo sentido, as taxas de rendibilidade estimadas, 8,53% para os Açores e 8,18% para o Continente, estão em consonância com os valores apresentados na literatura: 11.7% para os Estados Unidos (Arias & McMahon, 2001); entre 12% e 13% para a mediana dos licenciados do Canada (Boothby & Rowe, 2002); para os licenciados de Portugal 14.8% (Mora et al., 2007). e para a totalidade da escolaridade em vários países da Europa: 10.9% para a Irlanda, 10.3% para o Reino Unido, 9.7% para Portugal; 8.7% para a Finlândia e Austria, 8.2% para a Espanha e Frécia, 7.9% para a Itália, 7.8% para a França, 7.0% para a Holanda, 5.7% para a Dinamarca e 4% para a Suécia (Harmon et al.; 2001); & de la Fuente e Ciccone, 2002.

Por outro lado, tratam-se de níveis de rendibilidade que superam a generalidade das aplicações disponíveis no mercado.

TABELA 1
Estimativa da regressão – dados para a Região Açores

R quadrado	0,91	R ajustado	0,91	Erro padrão	0,14
Observações	84	F	846	Significância	0.000
	Coefficiente	Erro	t	P value	
Constante	6,018	0,031	192,6	0	
Escolaridade	0,0853	0,003	29,1	0	

TABELA 2
Estimativa da regressão – dados para Portugal Continental

R quadrado	0,94	R ajustado	0,94	Erro padrão	0,11
Observações	35	F	495	Significância	0.000
	Coefficiente	Erro	t	P value	
Constante	6,104	0,039	155,7	0	
Escolaridade	0,0818	0,004	22,2	0	

Os Gráficos 7, 8 e 9, construídos a partir dos resultados da regressão, representam, respectivamente, a evolução da remuneração mensal média em função dos anos de escolaridade para os Açores e para o Continente; a diferença de rendimentos entre o Continente e os Açores; e a variação do rendimento por ano de escolaridade adicional na Região e em Portugal Continental.

O Gráfico 7 traduz o aumento da remuneração média mensal à medida que o número de anos de escolaridade aumenta, tanto para os Açores como para o Continente. Trata-se de um resultado consistente com a teoria.

Pela leitura do Gráfico 8 é possível identificar que as diferenças de remuneração entre o Continente e os Açores acentuam-se nos primeiros treze anos de escolaridade, evidenciando uma tendência decrescente a partir desse ponto.

GRÁFICO 7
Remuneração média mensal por ano de escolaridade

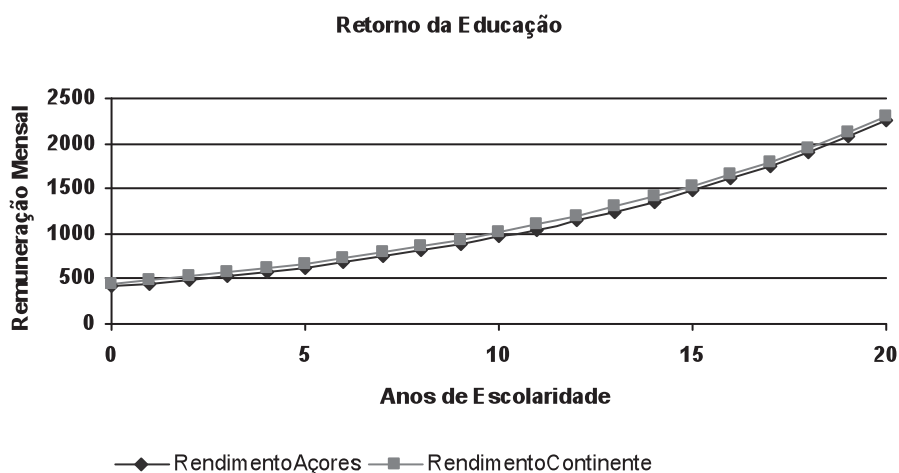


GRÁFICO 8
Diferença de rendimento Continente - Açores

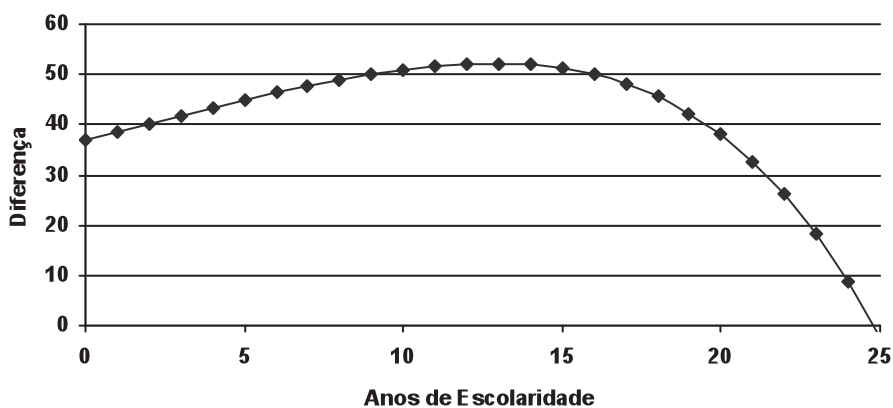
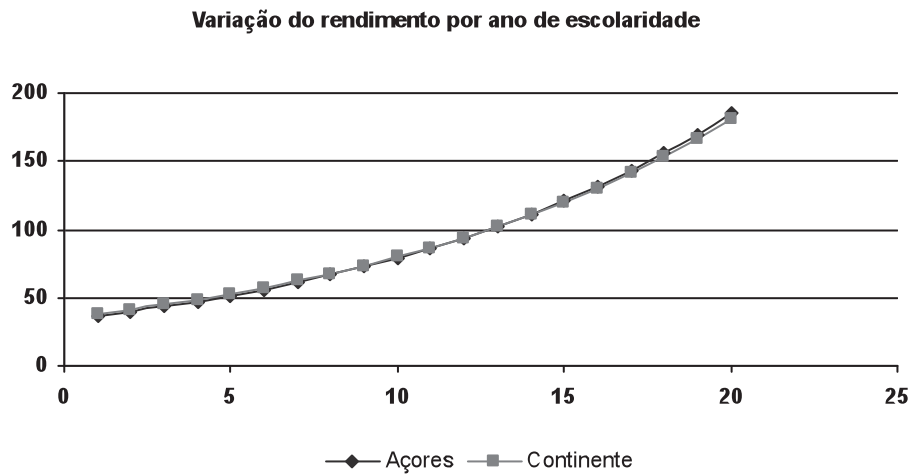


GRÁFICO 9
Variação da remuneração (€) por ano adicional de escolaridade



O Gráfico 9 indicia que rendimento adicional associado a mais um ano de escolaridade apresenta uma tendência crescente, como seria de esperar, dado o carácter constante da rendibilidade associada a um ano adicional de escolaridade.

Procedemos, complementarmente, à estimativa do modelo considerando variáveis dummy representativas dos diversos anos em análise com o objectivo de capturar variações ao longo do tempo e uma variável dummy associada ao nível de bacharelato. No primeiro caso, todas as variáveis apresentam-se não significativas; no segundo caso, a variável dummy é significativa para os Açores e traduz um “prémio” remuneratório associado a esse nível de ensino.

5- CONCLUSÕES

Na sequência dos pontos anteriores, podemos enumerar um conjunto de aspectos que consideramos relevantes. Ao longo das últimas décadas têm sido realizados inúmeros estudos no sentido de determinar a rendibilidade da educação existindo, pelo menos, três ópticas distintas de análise: a óptica do indivíduo, a óptica social e a óptica da produtividade do trabalho. Neste artigo concentramo-nos exclusivamente na primeira óptica ou seja na educação como uma decisão individual para investir em capital humano, tendo associada uma taxa interna de rendibilidade.

A teoria do capital humano considera a educação como um investimento que aumenta a produtividade e os salários e fornece o enquadramento teórico para a abordagem desenvolvida e a equação de Mincer constitui actualmente o principal instrumento de análise com vista à determinação da taxa (marginal) de rendibilidade da educação. A literatura apresenta diferenças, por vezes significativas, a nível dos resultados obtidos que tanto podem resultar de diferenças nas características dos indivíduos

analisados como da abordagem estatística utilizada. Apesar dos progressos verificados persistem alguns problemas associados à estimativa do retorno da educação pela equação de Mincer, nomeadamente o eventual enviesamento dos resultados obtidos.

Há diversas fontes de enviesamento, como erros de medição, auto-selecção dos trabalhadores em função do desempenho esperado em cada profissão e características não observadas pelo investigador (habilidade). Para controlar ou filtrar o efeito da habilidade identificam-se, pelo menos, três métodos: a utilização de variáveis de controlo, o recurso a variáveis instrumentais e o uso de amostras de gémeos. Apesar da predominância de estudos em que a rendibilidade da educação é considerada homogénea, isto é, igual para todos os indivíduos, os estudos mais recentes têm colocado em foco o carácter heterogéneo dos retornos associados ao investimento em educação. Uma alternativa para analisar a dispersão da rendibilidade da educação seria estimar o impacto da mesma em diferentes quartis da distribuição salarial. Outra fonte de variação nos retornos é o excesso de educação. Contudo, a teoria do capital humano não considera a existência de discrepâncias entre a educação possuída e a educação requerida, o que constitui uma limitação da mesma.

Neste estudo apresentamos uma contextualização da realidade da Região Autónoma dos Açores no que concerne às habilitações e remuneração da população empregada. As representações gráficas e cálculo de taxas de variação indiciam uma estrutura em que ainda predominam níveis de habilitação e remuneração baixos, nomeadamente por comparação com a realidade de Portugal Continental. Através de uma análise de componentes de variação identifica-se uma componente regional normalmente positiva e uma componente estrutural com um contributo sempre negativo pois a composição dos

trabalhadores por conta de outrem dos Açores é menos favorável da que se verifica a nível nacional. A componente nacional dos trabalhadores por conta de outrem tende a tornar-se a principal responsável pela evolução do número de trabalhadores. Finalmente através de uma análise de regressão relacionando o logaritmo das remunerações com o número de anos de escolaridade, estimam-se taxas de rendibilidade na casa dos 8%, tanto para os Açores como para o Continente.

Como nota final, não podemos deixar de realçar que este artigo constitui apenas o ponto de partida de um trabalho mais vasto. Até ao momento algumas questões foram levantadas e sistematizadas, muitas outras surgirão no futuro. Como objectivo final pretendemos analisar a rendibilidade do investimento em educação na Região Autónoma dos Açores e, por essa via contribuir para uma orientação da política educativa regional. A consideração de grupos de idade para aferir o grau de escolaridade obrigatória a que os trabalhadores por conta de outrem foram obrigados a ter, ou a consideração de dummies por níveis de ensino primário, secundário e universitário pode ser considerado mesmo recorrendo à mesma base de dados. Igualmente é de considerar os dados da função pública que não estão incluídos na base de dados analisada.

BIBLIOGRAFIA

- Angrist, Joshua D. and Krueger, Alan (1998) – Empirical Strategies in Labour Economics. Working Paper nº 401. Princeton University. Industrial Relations Section, June, 1998.
- Arias, Omar and Walter W. McMahon (2001) – “Dynamic rates of return to education in the U.S.” *Economics of Education Review*. Volume 20, Issue 2, April 2001, Pages 121-138
- Ashenfelter, Orley e Alan Krueger (2005) - “Estimates of the Economic Return to Schooling from a New Sample of Twins,” in *Quantitative Social Science*, edited by Jacqueline Scott and Yu Xie, volume 1, part 6, October 2005.
- Becker, G. (1964) *Human Capital: a theoretical and empirical analysis, with special reference to education*, New York: Columbia University Press.
- Blundell, R.; Dearden, L.; Sianesi, B. (2004) “Evaluating the impact of education on earnings in the UK: models, methods and results from the NCDS”, Centre for the Economics of Education, London School of Economics.
- Blundell, R.; Dearden, L.; Sianesi, B. (2001) “Estimating the returns to education: models, methods and results”, University College London and Institute for Fiscal Studies.
- Boothby, Daniel and Geoff Rowe (2002) - Rate of Return to Education: Distributional Analysis Using the LifePaths Model, W-02-8E, June 26, 2002 Applied Research Branch Strategic Policy Human Resources Development Canada
- Card, D. (1994), “Earnings schooling and ability revisited”, National Bureau of Economic Research, Working Paper n.º 4483.
- de la Fuente, Ángel, e Antonio Ciccone (2002) - Human capital in a global and knowledge-based economy. FINAL REPORT. European Commission. Directorate-General for Employment and Social Affairs. Unit A.1. Manuscript completed in May 2002.
- Harmon, C.; Oosterbeeck, H.; Walker, I. (2000) “The returns to education. A review of evidence, issues and deficiencies in the literature”, Centre for the Economics of Education, London School of Economics and Political Science.
- Harmon, C., I. Walker and N. Westergaard-Nielsen (eds) (2001), *Education and earnings in Europe: a crosscountry analysis of the returns to education*, Edward Elgar Publishing, UK.
- Mincer, J. (1974) *Schooling experience and earnings*, New York: Columbia University Press.
- Mincer, J. (1970) “The distribution of labour incomes: a survey with special reference to the human capital approach”, *Journal of Economic Literature*, 1, 1-26.
- Mincer, J. (1958) “Investment in human capital and personal income distribution”, *Journal of Political Economy*, 4, 281-302.
- Mora, José-Ginés; Luis Vila; George Psacharopoulos; Evanthia K. Schmidt; Hans Vossensteyn; e Enrique Villarreal (2007) - Rates of return and funding models in Europe Final report to the Directorate- General for Education and Culture of the European Commission.
- Psacharopoulos, George (1989) Time trends of the returns to education: Cross-national evidence. *Economics of Education Review*, Volume 8, Issue 3, 1989, Pages 225-231
- Psacharopoulos, George (1994) - Returns to investment in education: A global update. *World Development*. Volume 22, Issue 9, September 1994, Pages 1325-1343
- Vieira, J. (2004) “A rendibilidade da educação: aspectos teóricos e evidência empírica”, Lição síntese com vista à obtenção da Agregação na especialidade Teoria Económica Geral, disciplina de Economia do Trabalho.
- Vieira, J. Joop Hartog e Pedro Telhado Pereira (2001) “Changing Returns to Education in Portugal during the 1980s and Early 1980s: OLS and Quantile Regression Analysis”, *Journal of Applied Economics*, 33, 1021-1037
- Vieira, J. e Ana Isabel Moniz (2001) - “A Procura de Educação: estudo de um caso”, *Economia*, XXV, 23-45

Informação estatística

- Quadros de Pessoal Região Autónoma dos Açores de 1994 a 2005, Secretaria Regional da Educação e Ciência, Direcção Regional do Trabalho e Qualificação Profissional, Observatório do Emprego e Formação Profissional.
- Quadros de Pessoal Portugal Continental – Séries Cronológicas 1991-2002, Ministério do Trabalho e da Solidariedade Social, Direcção-Geral de Estudos, Estatística e Planeamento.
- Quadros de Pessoal Portugal Continental de 1999 a 2003, Ministério do Trabalho e da Solidariedade Social, Direcção-Geral de Estudos, Estatística e Planeamento.
- Quadro de Pessoal Portugal Continental de 2004 – Síntese, Ministério do Trabalho e da Solidariedade Social, Direcção-Geral de Estudos, Estatística e Planeamento.
- Taxas de Inflação Médias Anuais – Portugal, Instituto Nacional de Estatística.

INTERACÇÃO ENTRE REDES ORGANIZACIONAIS LOCAIS

Vasco Eiriz - Universidade do Minho, Escola de Economia e Gestão - E-mail: veiriz@eeg.uminho.pt

Natália Barbosa - Universidade do Minho, Escola de Economia e Gestão - E-mail: natbar@eeg.uminho.pt

RESUMO:

Este artigo analisa duas redes organizacionais de âmbito local no sector do calçado em Portugal. Uma rede organizacional é um conjunto de organizações que estabelecem relações inter-organizacionais entre si. No estudo destas relações é possível considerar diferentes níveis de análise: micro, meso, e macro. No presente artigo adopta-se o nível meso de análise considerando-se duas redes delimitadas geograficamente, correspondentes às duas principais aglomerações de produção de calçado em Portugal. O artigo procura compreender de que forma estas duas redes locais – a de Felgueiras e a de São João da Madeira – interagem entre si e favorecem a competitividade. Os dados utilizados no estudo empírico foram obtidos através de análise documental e entrevistas. Os resultados obtidos evidenciam de forma clara diferenças competitivas entre a rede de Felgueiras e a rede de São João da Madeira ao nível das características das suas empresas constituintes, produtos e mercados. Estas diferenças competitivas permitem compreender de que forma as duas redes interagem entre si em áreas como o desenvolvimento tecnológico, produção, formação profissional, marketing e internacionalização.

Palavras-chave: redes organizacionais, relações inter-organizacionais, interacção, localização, calçado.

JEL: L14, L22, L67, R11, R12

ABSTRACT:

This article analyses two local organizational networks in the Portuguese footwear sector. An organizational network is a set of organizations that develop inter-organizational relationships among them. It is possible to study these relationships at different levels of analysis: micro, meso and macro. This article adopts the meso level of analysis and studies two networks that are delimited by a geographic criterion. These two local networks are the main agglomerations of footwear production in Portugal. The article explains how these two local networks – one in Felgueiras and another one in São João da Madeira – interact between each other and how they contribute to develop competitiveness. The data for the empirical study were collected from documents and interviews. The results show that there are clear competitive differences between the Felgueiras' network and the São João da Madeira's network regarding their type of firms, products and markets. These competitive differences explain how the two networks interact in the following activities: technology, production, training, marketing and internationalization.

Keywords: organizational networks, inter-organizational relationships, interaction, location, footwear.

JEL: L14, L22, L67, R11, R12

1. INTRODUÇÃO

O estudo de relações inter-organizacionais e redes tem atraído a atenção de muitos investigadores nos últimos anos. Este interesse crescente no tema baseia-se na ideia de que a actividade empresarial não pode ser reduzida à tradicional fronteira da empresa e envolve, cada vez mais, a articulação de recursos, actividades e competências de diferentes organizações.

Os contributos para o conhecimento deste tema encontram-se bastante fragmentados, com origem em várias disciplinas, havendo necessidade de integrar perspectivas eminentemente distintas, entre outras, da gestão, economia e geografia. O desenvolvimento teórico relacionado com o estudo de relações e redes é, por conseguinte, vasto e inclui uma grande quantidade de antecedentes e tradições de pesquisa (ver discussão em Eiriz e Wilson, 2006). Entre esses antecedentes distinguem-se a teoria da troca social (Cook e Emerson, 1984), teorias sobre o poder (por exemplo, Emerson, 1962), teoria do contrato relacional (Macaulay, 1963; Macneil, 1978, 1980), teoria dos custos de transacção (Williamson, 1975, 1985), e a teoria da dependência dos recursos (Pfeffer e Salancik, 1978).

As questões espaciais não têm tradicionalmente merecido a devida atenção na literatura de gestão em geral, e no estudo de redes organizacionais em particular. No entanto, estudos recentes têm defendido a necessidade de integrar variáveis como a localização e o espaço para compreender o comportamento estratégico e o desempenho das empresas (Sorenson e Baum, 2003; Bell, 2005). Neste sentido, a co-localização e o consequente desenvolvimento de redes organizacionais locais pode produzir benefícios em termos, por exemplo, de aprendizagem e partilha inter-organizacional de conhecimento (Almeida e Kogut, 1999; Maskell, 2001; Tallman *et al.*, 2004), inovação (Baptista e Swann, 1998), e produtividade (Henderson, 1986).

Este artigo reconhece a importância das redes organizacionais locais e, baseado num estudo exploratório levado a cabo no sector do calçado em Portugal, procura compreender o papel dessas redes na forma como as empresas desenvolvem estratégias a um nível superior e mais agregado do que o nível da empresa. Partindo deste objectivo, apresenta-se e discute-se evidência empírica relativa à forma como as duas maiores aglomerações de produção de calçado em Portugal geram duas redes locais de relacionamento inter-organizacional substancialmente distintas e como essas duas redes interagem entre si.

Uma rede organizacional é um conjunto de organizações que interagem umas com as outras através de relações inter-organizacionais. Apesar do conceito de rede ser relativamente simples, as redes podem ser estudadas em três níveis de análise (Mattsson, 1997): o nível micro (relações diádicas), o nível meso (por exemplo, a rede de relações de uma empresa individual ou, no caso deste artigo, uma rede local de relações), e o nível macro (todo o mercado é concebido como uma rede). A ênfase deste artigo é no nível meso, no qual a principal unidade de análise é uma rede de empresas localizadas numa dada área geográfica e que desenvolvem relações inter-organizacionais entre si. Empiricamente, o contexto do estudo é o sector do calçado em Portugal que apresenta uma estrutura geográfica caracterizada pela existência de duas grandes aglomerações de produção (Felgueiras e São João da Madeira).

O artigo começa por rever algumas contribuições importantes da literatura para a compreensão da forma como as empresas e as suas redes interagem entre si. De seguida, descreve-se o método empregue no nosso estudo exploratório no sector do calçado em Portugal e procede-se a uma breve caracterização desse sector. Posteriormente, apresenta-se e explora-se evidência empírica que distingue claramente as duas redes estudadas e a forma como esta diferença competitiva favorece o desenvolvimento da interacção

entre as redes estudadas. Finalmente discutem-se algumas implicações dos resultados obtidos e sugerem-se pesquisas futuras sobre o tema.

2. REVISÃO DA LITERATURA

Como foi referido anteriormente, os contributos da literatura para compreender a forma como as redes organizacionais interagem entre si encontram-se muito dispersos. Para compreender o tema, nesta secção destaca-se o papel dos grupos estratégicos e comunidades cognitivas, redes estratégicas e constelações, distritos industriais e “clusters”, e redes industriais. A secção termina com referência à forma como estas diferentes formas de organização podem desencadear estratégias de grupo.

2.1 GRUPOS ESTRATÉGICOS E COMUNIDADES COGNITIVAS

O estudo de grupos estratégicos emergiu em primeiro lugar no seio da economia industrial. O conceito foi desenvolvido por Hunt na sua tese de doutoramento em 1972, tendo sido definido como “um grupo de empresas no seio dum sector que são altamente simétricas na sua estrutura de custos, grau de integração vertical, grau de diferenciação dos produtos, organização formal, sistemas de controlo e compensação/penalização, e preferências pessoais por determinados resultados” (citado por Feka *et al.*, 1997).

Posteriormente, Porter (1980, 1985) popularizou o conceito com o objectivo de o aplicar na análise de sectores. Em particular, alargou o conceito para incluir num grupo estratégico todas as empresas de um sector que seguem uma estratégia similar. As características ou dimensões dessa estratégia podem ir além das identificadas por Hunt e incluir, por exemplo, variáveis, como as políticas de investimento em investigação e desenvolvimento, política de

marca, preço ou gestão da força de vendas. A análise dos grupos estratégicos recorrendo à técnica de análise de “clusters” permite que empresas rivais se posicionem num mapa da concorrência. Nesta representação da concorrência, os movimentos entre (ou no seio de) grupos estratégicos tornam-se mais claros (ou, então, podem ser representados de forma mais clara) e as oportunidades e ameaças ambientais podem ser mais facilmente detectadas e articuladas com as forças e fraquezas organizacionais. Como resultado desta análise, o ambiente competitivo torna-se mais facilmente compreensível.

Apesar da atractividade desta análise, algumas críticas importantes podem ser colocadas à teoria dos grupos estratégicos. Por exemplo, Barney (1997) referiu a debilidade das técnicas de agrupamento empregues, salientando que a identificação estatística de “clusters” não significa necessariamente que exista um grupo estratégico. Muito gestores têm suportado o princípio de que os grupos estratégicos identificados nos seus sectores são consistentes com a sua própria experiência e percepção, libertando, desta forma, os estatísticos duma maior sustentação das técnicas empregues. Apesar de fornecer somente um suporte intuitivo ao conceito, esta visão dos gestores permite listar variáveis importantes de natureza perceptual a utilizar na identificação dos grupos estratégicos. Desta forma, é possível clarificar a forma como os gestores desenvolvem modelos mentais para interpretar as suas próprias empresas e o seu ambiente. Por sua vez, estes modelos interpretativos acabam por influenciar não só as percepções dos próprios gestores, mas também as escolhas e acções que desenvolvem.

Na exploração destes tópicos, Porac *et al.* (1989: 414) distinguem “grupos competitivos primários” (ou comunidades cognitivas) de grupos estratégicos como sendo “entidades sociológicas e psicológicas” e não entidades económicas. Definem depois uma comunidade cognitiva como um “colectivo de

empresas que se definem umas às outras como rivais”. Ou seja, estes grupos não resultam de análise estatística mas antes da percepção dos gestores e, como tal, existem sobretudo na mente dos gestores (Reger e Huff, 1993).

Uma outra crítica à análise dos grupos estratégicos resulta do pressuposto que a pertença a um grupo influencia o desempenho individual das empresas. No fundo, esta é uma condição lógica de natureza económica para a existência de grupos. Nesta perspectiva, o acesso a um grupo estratégico é limitado pelas barreiras à mobilidade que resultam das dimensões competitivas que distinguem o grupo. Contudo, a análise estatística pode frequentemente identificar “sub-clusters” com diferentes desempenhos que operam no seio do mesmo grupo estratégico.

Em resumo, o conceito de grupo estratégico possui um amplo suporte entre os gestores e economistas apesar do estudo empírico da sua existência e significado depender da aplicação de técnicas estatísticas robustas e da identificação de variáveis competitivas apropriadas.

2.2 REDES ESTRATÉGICAS E CONSTELAÇÕES

Baseando-se no trabalho de Williamson (1975, 1985), Jarillo (1988, 1993) discutiu as condições económicas para a existência de redes estratégicas tendo argumentado que as redes podem ser vistas como uma forma de organização económica entre os mercados e as hierarquias (ver também Thorelli, 1986). Jarillo (1988, 1993) sugere que as acções dos empreendedores podem reduzir os custos de transacção, estabelecer relações de cooperação e, como tal, criar redes entre empreendedores em que não existe propriedade comum de recursos. Consequentemente, uma rede estratégica não é uma hierarquia pois não envolve propriedade comum, nem tão pouco é um mercado, o que implicaria a existência duma abordagem não cooperativa. Assim, uma rede é uma forma intermédia entre mercados e

hierarquias. No seu enquadramento conceptual, a escolha duma empresa entre integrar internamente as suas actividades ou contratá-las externamente no mercado é uma decisão relativamente simples. Se a soma dos custos de transacção externos for menor que a alternativa constituída pelos custos de transacção internos (com vista a obter o mesmo resultado da transacção), então a empresa irá contratar a actividade externamente. Desta forma, uma rede estratégica para ser economicamente eficiente tem que oferecer aos seus membros custos de transacção inferiores aos que se podem obter internamente.

Para que as redes possam ser sustentáveis, Jarillo (1988, 1993) argumenta que elas devem ser não só eficientes e eficazes mas devem também gerar confiança. A confiança é o mecanismo utilizado pelos empreendedores para reduzir custos, ainda que, pode argumentar-se, a geração de confiança requer que se incorra em custos. Quando a confiança governa as relações e as empresas possuem visão de longo prazo, a cooperação entre empresas torna-se mais fácil, o que, por sua vez, gera maior confiança.

Em teoria, as redes estratégicas permitem também que os seus membros se especializem em actividades críticas nas quais possam ser mais eficientes, deixando outras actividades para outros membros da rede. Isto permite aos membros da rede alcançar maior flexibilidade, custos internos inferiores (por exemplo através de escala), e desenvolver competências distintivas nas suas actividades de especialização.

Estes mesmos argumentos e vantagens sustentam a existência de grupos de alianças ou constelações (Gomes-Casseres, 1994, 1996). Uma constelação é um conjunto de empresas individuais que estabelecem alianças entre si através de acordos de cooperação. Nem todas as empresas da mesma constelação possuem relações directas, nalguns casos tratam-se de relações indirectas. As constelações distinguem-se umas das outras em função da sua dimensão,

crescimento, composição, rivalidade interna e estrutura de governação. Numa abordagem similar, Johnston and Lawrence (1988) referem-se a parcerias que acrescentam valor resultantes da cooperação entre organizações numa dada cadeia de valor caracterizada pela especialização, inovação, criatividade, resposta rápida, flexibilidade, partilha de informação e economias de escala.

2.3 DISTRITOS INDUSTRIAIS E “CLUSTERS”

Desde os desenvolvimentos iniciais do conceito por Marshall em 1920 e sua redescoberta nos anos setenta (Becattini, 1979), oitenta (por exemplo, Piore e Sabel, 1984), e noventa (por exemplo, Saxenian, 1994), o estudo dos distritos industriais como uma forma de interacção económica tem atraído a atenção de muitos investigadores em economia regional e urbana, economia industrial e geografia. Pyke e Sengenberger (1996: 1) definem distritos industriais como “aglomerados de centenas de empresas predominantemente pequenas e médias orientadas para o mesmo sector industrial (como calçado ou joalharia), concentradas numa área geográfica circunscrita”. Swann *et al.* (1998) sistematizaram vários benefícios e custos da localização num dado “cluster” referindo factores como a disponibilidade de mão-de-obra especializada e infra-estruturas, e o crescente congestionamento e concorrência por recursos. Porter (1998: 78) focalizou-se nos “clusters” como “concentrações geográficas de empresas e instituições interrelacionadas entre si num campo particular”, procurando salientar a importância da localização para desenvolver vantagem competitiva. Mais recentemente Carbonara (2002) sugeriu uma correlação entre a formação de redes no seio de distritos industriais em Itália e a estratégia de crescimento da empresa líder da rede. Anteriormente, também no contexto do estudo destas aglomerações em Itália, Lazerson and Lorenzoni (1999) reconheceram que a grande maioria dos distritos industriais era composto

por um número elevado de pequenas empresas, sendo por isso indústrias bastante fragmentadas. No entanto, as empresas maiores possuíam grande importância em termos de organização da produção entre pequenas empresas, introdução de novas tecnologias, e expansão de mercados.

Apesar de muitos destes trabalhos referirem a importância da localização, tem havido menor atenção sobre as questões de gestão que a interacção entre empresas ou entre redes levanta. Em vez disso, a atenção tem recaído frequentemente na concentração geográfica referindo-se a proximidade espacial como uma das principais variáveis explicativas para fenómenos como mobilidade da mão-de-obra ou entrada e saída de empresas. É talvez algo surpreendente que pouca atenção tenha sido dada à interacção entre diferentes distritos industriais ou “clusters” e à forma como conjuntos de empresas que partilham a mesma localização podem desenvolver vantagens competitivas e/ou colaborativas resultantes das relações que se estabelecem colectivamente ao nível meso de análise.

2.4 REDES INDUSTRIAIS

De acordo com o paradigma das redes industriais (Håkansson, 1982; Ford, 1997), as relações inter-organizacionais explicam-se com base em três elementos – actores, actividades e recursos – que têm merecido uma grande atenção por parte de vários autores (Axelsson e Easton, 1992; Johanson e Mattsson, 1988; Håkansson e Snehota, 1995). Actores são indivíduos, grupos de indivíduos, partes de empresas, empresas ou grupos de empresas que controlam recursos e desenvolvem actividades. As actividades desenvolvem-se quando os actores criam, trocam, desenvolvem ou combinam recursos recorrendo a outros recursos. Os recursos são os meios utilizados pelos actores no desenvolvimento das suas actividades (Håkansson e Johanson, 1992).

Existem dois tipos fundamentais de actividades: actividades de produção e actividades de troca. As primeiras, também chamadas de actividades de transformação, são todas aquelas actividades que ocorrem no seio de um actor, enquanto que as trocas, também chamadas de actividades de transferência, se verificam entre os actores. Enquanto que as actividades de produção são directamente controladas por um actor, as actividades de troca ligam as actividades de produção de diferentes actores e, como tal, são sujeitas ao controlo de pelo menos dois actores. Desta forma, através das trocas, um actor transfere o controlo de recursos para outro actor. Os ciclos de actividades entre actores tendem a adquirir uma certa regularidade e periodicidade. Com a prática, no desenvolvimento dessas actividades, os actores criam certas rotinas e regras informais que se vão institucionalizando e são a base do seu relacionamento. Reúnem-se assim condições de estabilidade organizacional e as relações tendem a adquirir uma dimensão estratégica.

As redes resultam da interligação entre actores, actividades e recursos. Cada actor possui uma determinada posição na rede (Mattsson, 1985) podendo essa posição ser vista em relação a cada relação analisada individualmente (micro-posição) ou ao nível da rede (macro-posição).

Ritter *et al.* (2004) advogaram que as redes são sistemas complexos que não são possíveis de ser geridas e controladas centralmente por uma única empresa. Nas redes verifica-se um processo de auto-organização que resulta da interacção entre todas as empresas que integram a rede, aspecto que impede o controlo e direcção central por parte de uma única empresa. Daí que cada empresa deve procurar gerir individualmente as suas interacções com outras empresas em detrimento de procurar o controlo da rede. Neste sentido, o processo de interacção entre empresas é provavelmente o conceito nuclear do paradigma das redes industriais.

Por sua vez, Ojasalo (2004) defendeu que cada empresa deve definir claramente qual a sua rede ou redes-chave, identificando os actores que lhe interessa incluir na rede em função da sua capacidade em gerar e gerir recursos. Para a relação com cada actor, a empresa deve escolher uma das seguintes estratégias: crescimento, desenvolvimento, manutenção ou abandono.

Um dos aspectos distintivos deste paradigma é a forma ecléctica como, ao longo do tempo, tem integrado diferentes teorias num quadro explicativo sobre redes industriais. Por exemplo, para compreender porque é que as redes sobrevivem e prosperam, há necessidade de integrar os contributos sobre aprendizagem organizacional em rede (Håkansson *et al.*, 1999) ou sobre a predisposição e competências organizacionais para desenvolver relações e redes (Ritter, 1999). Em todo o caso, as variáveis de natureza geográfica como a localização nunca estiveram no centro da sua atenção para compreender a estrutura e a dinâmica da interacção entre actores.

2.5 ESTRATÉGIAS DE GRUPO

Tem havido algumas tentativas para desenvolver teorias que expliquem de que forma grupos de empresas autónomas integradas em rede desenvolvem estratégias colectivas. Baseando-se numa perspectiva ecológica, o conceito de estratégias colectivas (Astley and Fombrun, 1983) considera que as decisões estratégicas podem ser tomadas ao nível colectivo quando as organizações que actuam no seio de um sector possuem forte interdependência e percebem a partilha de algumas opções estratégicas como a melhor forma de responder a pressões ambientais.

Assim, perante constrangimentos ambientais às acções individuais de cada empresa, estas podem encontrar nas estratégias colectivas uma forma de mobilizar recursos e acções visando alcançar metas

comuns. As estratégias colectivas tendem a emergir como um sistema de apoio mútuo que reflecte a adaptação organizacional das empresas ao seu ambiente. Elas são essencialmente o resultado duma colaboração implícita entre membros que possuem uma preocupação idêntica com o seu ambiente. Bresser (1988) distinguiu entre estratégias colectivas não intencionadas (referidas por Astley and Fombrun, 1983) e estratégias colectivas voluntárias e intencionadas que resultam de um propósito claro de colaboração para gerir as interdependências entre empresas.

Astley e Fombrun (1983) sugeriram uma tipologia de estratégias em que uma estratégia colectiva está para a estratégia corporativa da mesma forma que esta está para a estratégia do negócio. Isto é, a estratégia do negócio relaciona-se com o ambiente específico (sector), a estratégia corporativa relaciona-se com o ambiente geral, e a estratégia colectiva com o ambiente inter-organizacional. Daí que, na sua orientação, as estratégias colectivas tendam a ser colaborativas enquanto as estratégias sectoriais (respeitantes ao ambiente específico) tendem a ser competitivas (Astley, 1984). Esta abordagem vem de encontro à discussão lançada anteriormente por Grinyer e Spender (1979) do que é uma receita do sector, ou seja, a aceitação colectiva e implícita da existência duma agenda da estratégia limitada a alguns aspectos que é partilhada entre várias organizações no seio de um sector.

Coloca-se ainda a questão de saber quando e em que circunstâncias as estratégias colectivas ou as estratégias competitivas são percebidas como prevaletentes num dado momento num sector. Pode argumentar-se que o equilíbrio tende a evoluir ao longo do tempo de forma cíclica resultando em períodos de grande rivalidade alternados com períodos de maior cooperação (Bresser and Harl, 1986; Bresser, 1988). Quando as estratégias competitivas prevalecem, é provável que a volatilidade ambiental resultante

encorage algumas empresas a recorrer a estratégias colectivas. De forma idêntica, as estratégias colectivas podem fomentar alguma disfunção (por exemplo, atracção de novos concorrentes mais inovadores, redução da flexibilidade estratégica, desenvolvimento de complacência na estratégia das empresas) que incentive estratégias mais competitivas. Esta conclusão sugere que as empresas devem ser capazes de ter a capacidade para alternar e conciliar estratégias competitivas com estratégias colectivas.

Em síntese, a revisão da literatura mostra que existem múltiplos contributos conceptuais e empíricos para estudar a interacção entre redes organizacionais. Devido aos diferentes paradigmas subjacentes a cada um deles, às suas diferentes tradições de pesquisa, metodologias e técnicas de investigação empregues, não é fácil integrar todos estes contributos num único modelo interpretativo. Nem tão pouco foi esse o nosso objectivo quando decidimos estudar as duas principais aglomerações de calçado em Portugal numa perspectiva relacional. Neste sentido, partimos para uma recolha e análise de dados informados por estas teorias, mas procuramos seguir uma abordagem exploratória sem que existisse um enquadramento conceptual bastante preciso para interpretar a realidade. Isto é, no nosso entendimento, em todas as teorias revistas existem contributos válidos para estudar redes organizacionais locais.

3. MÉTODO

A Figura 1 ajuda a explicar a nossa abordagem metodológica. Nesta abordagem referimo-nos às redes no nível meso (por exemplo, rede A) como conjuntos de organizações que desenvolvem relações directas (por exemplo, entre A1 e A2, uma relação comprador-vendedor) ou indirectas (por exemplo, entre B1 e B3, dois subcontratados do mesmo contratante B2). Cada uma das três redes representadas – rede A, B e C – possui uma diferente localização geográfica.

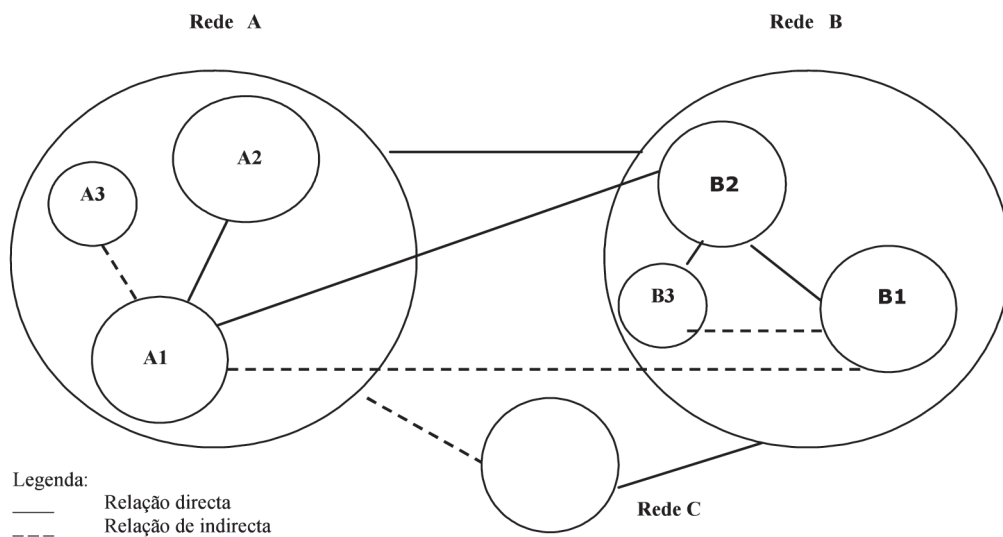
Da mesma forma em que existem relações inter-organizacionais ao nível micro entre organizações individuais (havendo, neste caso, a registar também a existência de relações directas e/ou indirectas entre empresas de diferentes redes), a figura representa ainda relações directas e indirectas ao nível meso. São estas relações de natureza colectiva, ao nível meso de redes geograficamente delimitadas que nos preocupam neste artigo. Ou seja, pressupomos que, da mesma forma que as empresas da mesma rede podem actuar através de estratégias individuais, também podem verificar-se estratégias colectivas entre redes geograficamente delimitadas do mesmo sector.

Os resultados deste artigo são baseados num estudo qualitativo de natureza exploratória enquadrado num trabalho de investigação de maior âmbito sobre o sector do calçado em Portugal. Este sector foi escolhido porque tem sido sujeito a mudanças significativas no seu ambiente competitivo (identificadas na secção seguinte) que têm desencadeado mudanças profundas

no comportamento competitivo das organizações do sector. O método empregue segue uma abordagem qualitativa de estudo de caso cuja unidade de análise é a rede geograficamente delimitada (Miles e Huberman, 1994; Creswell, 2003; Yin, 2003).

Os dados que suportam o nosso estudo resultam da análise extensiva do conteúdo de 43 documentos secundários de organizações sectoriais, e serviços públicos. Estes documentos foram sujeitos a um processo de catalogação em Microsoft Access. Nesta base de dados foram criados vários campos identificativos e de catalogação. Criaram-se ainda dois campos para análise do conteúdo de cada documento. Num desses campos incluiu-se o resumo e comentários pessoais sobre documento. No outro campo foi efectuada uma análise de conteúdo mais detalhada para cada documento através da utilização de extractos, descrições e análises explicativas dos dados. A partir desta base de dados foi gerado um documento em Microsoft Word de 50 páginas com o resultado da análise efectuada.

FIGURA 1
Representação de redes em termos da relações intra-grupais e inter-grupais



Fonte: Autores

Estes dados foram utilizados como base para a realização de oito entrevistas semi-estruturadas com gestores seniores do sector. Nessas entrevistas foi utilizado um guião com questões agregadas nos seguintes tópicos: análise competitiva; produção, tecnologia e inovação; marketing; canais de distribuição, mercados organizacionais e mercados consumidores; compras e fornecimentos; e redes e relações inter-organizacionais.

Foram entrevistados três gestores de topo de empresas de Felgueiras, um gestor de topo duma empresa de São João da Madeira, o director executivo da Associação Portuguesa dos Industriais de Calçado Componentes e Artigos Pele e Seus Sucedâneos (APICCAPS), o presidente do Centro Tecnológico do Calçado, e um quadro superior do Instituto de Comércio Externo de Portugal (ICEP). No caso do director executivo da APICCAPS realizaram-se duas entrevistas; uma de natureza exploratória e outra, a última das oito entrevistas, de natureza mais confirmatória. As oito entrevistas foram gravadas, perfazendo um total de gravação de oito horas e 55 minutos. A transcrição integral das entrevistas traduziu-se num documento de 47590 palavras.

Estando em causa um estudo exploratório, foi efectuada uma análise das entrevistas através de um processo de aplicação de cores sobre a transcrição, envolvendo a construção, desconstrução e rearranjo de diferentes categorias de análise. As categorias definidas no final foram as seguintes: redes organizacionais; subcontratação; contexto global e europeu; indústrias de suporte e canais; categorias potenciais. Naturalmente, para cada categoria, além de variáveis que integravam o guião de entrevistas, foram emergindo variáveis que vieram a revelar-se importantes para a interpretação dos dados. Ou

seja, à medida que o processo de categorização dos dados qualitativos era levada a cabo, desenvolveu-se um processo de bola de neve em que novos temas emergiram, tendo-se tornado evidente que existia uma clara diferenciação de redes entre as duas maiores aglomerações de produção de calçado em Portugal. Em síntese, embora a análise das questões de localização de redes não fosse central na nossa agenda de investigação, durante a pesquisa empírica este tópico emergiu de tal forma que permitiu estudar a interacção entre redes organizacionais locais.

No caso da principal categoria de análise em consideração neste artigo – redes organizacionais – veremos na apresentação de dados quais foram as variáveis que se revelaram mais robustas na compreensão das duas redes estudadas. Antes disso, importa caracterizar genericamente o sector do calçado.

4. O SECTOR DE CALÇADO

Em termos globais, a mudança mais significativa no sector do calçado em anos recentes tem sido a rápida deslocalização da produção mundial da Europa para a Ásia. Num período de menos de 20 anos, entre 1985 e 2003, a produção europeia decresceu de 34 por cento da produção mundial para apenas oito por cento, enquanto a produção asiática aumentou de 45 para 81 por cento [os dados quantitativos avançados nesta secção foram obtidos junto da APICCAPS (1997, 1999, 2005) e GEPIE (1995); os autores assumem, contudo, por inteiro e em exclusivo, a selecção e interpretações efectuadas].

Nesta tendência, em 2003 a China tornou-se o maior produtor mundial com 58 por cento da quota de mercado medida em volume. O maior produtor europeu era a Itália com 303 milhões de pares, enquanto Portugal produzia 92 milhões de pares.

Apesar de tudo, a situação não parece ser tão negativa para os produtores europeus como a crueza destes números sugere. Muitos produtores europeus têm-se especializado em segmentos de maior valor acrescentado (especialmente calçado de pele) com produções mais pequenas e sistemas de produção flexíveis, enquanto os produtores asiáticos estão estruturados para produção em massa a preços baixos e com capacidade limitada em termos de adaptação da produção a alterações rápidas da procura. Nesta perspectiva, os produtores portugueses percebem os italianos e espanhóis como sendo os seus principais rivais e não tanto os chineses ou brasileiros (o Brasil é o segundo maior produtor mundial), ainda que, naturalmente, haja uma preocupação crescente com estes concorrentes.

Assim, a competitividade dos produtores europeus depende sobretudo da capacidade de responder a ciclos de vida do produto relativamente curtos, encomendas de produção pequenas, e a uma procura volátil e heterogénea (APICCAPS, 1994; Monitor Company, 1994). Neste contexto, a tendência de globalização da concorrência tem levado a uma crescente incerteza e volatilidade no sector do calçado, tornando as empresas menos orientadas para o planeamento de longo prazo e cada vez mais dependentes da capacidade de responder a uma procura que exige investimentos em sistemas flexíveis de compras, produção e distribuição com vista a tornarem-se mais competitivas nos mercados mais atractivos e exigentes.

Para os produtores portugueses como um todo, a situação tem sido algo mais encorajadora. Durante o período de ajustamento estrutural da produção entre 1985 e 2003, Portugal foi o único país europeu a registar crescimento da sua produção nacional. Existe ainda evidência de que o sector português de calçado beneficiou das pressões competitivas internacionais à medida que grandes produtores europeus (particularmente alemães e britânicos) investiam em Portugal para beneficiar de custos de produção mais baixos. Além do factor dos custos, a localização em Portugal de produtores internacionais foi também impulsionada por incentivos ao investimento externo, entrada do país na União Europeia em 1986, proximidade de Portugal dos mercados europeus e, não menos importante, pela existência duma base produtiva local com créditos internacionais no sector. É assim provável que aproximadamente 10-20 por cento da produção de calçado em Portugal resulte de investimentos estrangeiros por parte de outros produtores europeus, admitindo-se que, como consequência da saída de algumas destas fábricas do país a partir de 2002, a produção total e o peso da produção destes fabricantes tenha decaído.

O início da expansão do sector de calçado em Portugal pode situar-se no final da década de 70 num contexto em que as exportações para outros países europeus cresceram rapidamente. Muitos dos grandes compradores grossistas e retalhistas europeus estabeleciam canais de distribuição desde a produção em Portugal. Do seu bom conhecimento dos mercados consumidores beneficiaram os produtores portugueses que focalizavam claramente as suas actividades na produção.

Apesar de muitos produtores portugueses estarem ainda orientados para um tipo de relação baseado quase que exclusivamente nos custos de produção, muitos outros há em que a situação tem evoluído. Actualmente, muitos produtores possuem as suas próprias marcas, um melhor conhecimento dos mercados e fábricas modernas. Por outro lado, como consequência da entrada do país na União Europeia, o aumento dos custos resultante da harmonização das políticas tem obrigado muitas empresas a abandonar as estratégias profundamente reactivas (ainda que lucrativas) dos anos 70 e 80 do século passado.

O sector possui também um elevado grau de internacionalização com mais de 90% da produção anual a ser exportada. A maior parte destas exportações têm como destino outros países europeus, em particular a Alemanha, França e Reino Unido que, em conjunto, representam dois terços do total exportado. Em 2004 existiam em Portugal 1290 empresas de calçado que empregavam 41400 trabalhadores.

5. EVIDÊNCIA EMPÍRICA

Os nossos dados evidenciam de forma clara que a produção de calçado em Portugal está concentrada geograficamente em dois locais próximos da cidade do Porto. Um situa-se em Felgueiras, a nordeste do Porto, e o outro em São João da Madeira, a sul do Porto. Apesar destes dois concelhos estarem distanciados a aproximadamente 60 quilómetros em linha recta, historicamente eles distavam um do outro aproximadamente 90 quilómetros por estrada (via Porto). Quando referida, a existência destas duas aglomerações é reconhecida pelos nossos entrevistados e é também implícita numa análise cuidadosa das fontes secundárias consultadas. Contudo, a análise e discussão no seio do sector raramente se refere a esta estrutura bi-polar, preferindo focalizar-se nas unidades produtivas ou organizacionais.

Quando a existência destas duas aglomerações é mencionada, a referência centra-se na diferença espacial em detrimento de outras características que podem ser também observáveis, tais como a antiguidade (Felgueiras é um pólo de desenvolvimento muito mais recente do que São João da Madeira) ou especialização da produção (Felgueiras é muito mais especializada em calçado informal enquanto São João da Madeira se concentra em calçado mais formal, apesar de, nos dois casos, a pele sobressair como o material mais empregue). Uma razão importante para isto acontecer pode resultar da forte influência, particularmente na recolha e tratamento de dados sobre o sector, da única associação sectorial existente. A APICCAPS possui a sua sede no Porto e, tratando-se da única associação sectorial, tende a representar o sector de forma integrada como sendo constituído por um grande número de organizações individuais que se distinguem entre si por variáveis convencionais tais como volume de vendas, rentabilidade e número de trabalhadores e não pela sua estrutura bi-polar em termos de distribuição geográfica.

Os dados recolhidos e analisados nesta pesquisa sugerem que no seio de cada aglomeração, além de outro tipo de relações inter-organizacionais, se estabelecem fortes relações de subcontratação entre produtores. Esta constatação recomenda que cada aglomeração seja analisada como uma rede. Isto é, no seio de cada uma das duas redes organizacionais locais gravitam muitos pequenos subcontratados à volta das maiores fábricas, desenvolvendo-se, desta forma, fortes relações inter-organizacionais que promovem o desenvolvimento industrial local. Atendendo a que as características destas interacções a nível micro (relações diádicas entre duas empresas) e a nível meso para o caso de redes de uma empresa focal (carteira de relações de uma empresa) foram estudadas por Eiriz (2001), de seguida iremos recorrer a extractos das entrevistas realizadas para caracterizar cada uma das redes estudadas ao nível meso tendo em consideração a delimitação geográfica dessas redes.

5.1 DIFERENÇAS COMPETITIVAS ENTRE AS REDES DE FELGUEIRAS E SÃO JOÃO DA MADEIRA

Numa análise cuidada, as duas redes revelam diferenças significativas num número de dimensões competitivas identificadas no Quadro 1. Na nossa interpretação dos dados sobressaíram 10 diferenças competitivas que distinguem claramente entre si as redes organizacionais de São João da Madeira e de Felgueiras. Essas 10 características podem ser agrupadas em três categorias, a saber: características relacionadas com a empresa (antiguidade, dimensão, equipamento e tecnologia, espírito empreendedor); características relacionadas com o produto (mão-de-obra incorporada, quantidade, qualidade, tipo de produto, preço); e características relacionadas com o mercado (mercados). Analisadas individualmente, estas diferenças pouco dizem sobre a dinâmica competitiva, mas, se consideradas em conjunto, emerge um padrão nessa dinâmica competitiva.

Sobre as dimensões identificadas no Quadro 1 importa ainda referir o facto das características e respectivas categorias exibirem uma grande consistência interna na explicação de cada rede. Ou seja, como veremos a seguir, existe uma grande consistência entre as características de cada rede ao nível da empresa, produto e mercado, significando isto que as características da empresa são melhor percebidas ponderando as características dos seus produtos e mercado. De igual forma, as características do produto são fortemente explicadas pelas características da empresa e do mercado e, por último, as características do mercado de cada rede relacionam-se com as características das suas empresas e produtos.

As diferenças competitivas exibidas no Quadro 1 emergiram com a evolução do sector ao longo das últimas décadas. Inicialmente, o sector do calçado em Portugal consolidou-se à volta de São João da Madeira e só mais tarde, a partir do final da década

QUADRO 1
Diferenças competitivas entre as duas redes

	Dimensão	São João da Madeira	Felgueiras
Empresa	Antiguidade	Mais velho	Mais jovem
	Dimensão das empresas	Menores	Maiores
	Equipamento e tecnologia	Menos avançado	Mais sofisticado
	Espírito empreendedor	Menos evidente	Mais evidente
Produto	Mão-de-obra incorporada	Mão-de-obra intensiva	Menos mão-de-obra intensiva
	Quantidade produzida	Menores volumes	Volumes maiores
	Qualidade do produto	Geralmente elevado	Menor
	Tipo de produto	Predominantemente calçado formal Forte em calçado de senhora (frequentemente um tipo de produto mais complexo que o de homem)	Maioritariamente informal Forte em calçado de homem
	Preço	Superior	Inferior
Mercado	Mercados	Segmentos superiores	Segmentos inferiores
		Doméstico e exportação	Exportação

Fonte: Autores

de 70 do século XX, se começou a desenvolver mais fortemente no concelho de Felgueiras. Em parte, isto aconteceu por causa das tradições conservadoras e normas de comportamento prevalecentes em São João da Madeira não serem tão favoráveis ao espírito empreendedor gerado pelas mudanças no ambiente competitivo. Esta perspectiva é evidente nas palavras de um director da APICCAPS:

“A indústria de calçado teve sempre um grande destaque em São João da Madeira; nasceu ali muito vocacionada para o mercado doméstico, para fabricar calçado da gama média/alta com uma grande incorporação de trabalho. A indústria em Felgueiras é uma indústria de uma outra geração, mais jovem, cujo desenvolvimento principal teve lugar após o período de 1974 e que nasceu confrontada com a escassez do mercado interno e com a ausência dos mercados africanos, das nossas ex-colónias. Nasceu, desde logo, com a consciência clara de que tinha que se expandir para os mercados externos. Portanto, é uma indústria mais aberta, numa gama, eventualmente, não tão elevada como São João da Madeira.”

Enquanto a produção em São João da Madeira foi relativamente lenta na evolução desde as suas raízes mais tradicionais (tipicamente com pequenas empresas empregando pouca tecnologia, mão-de-obra intensiva e métodos artesanais), a produção na área de Felgueiras expandiu-se rapidamente desde o final da década de 70, alimentada pelo maior espírito empreendedor da área (Felgueiras é um concelho vizinho do concelho mais industrializado de Guimarães) e pela crescente liberalização económica do país. Outros desenvolvimentos ambientais importantes durante os anos 70 foram a perda das colónias africanas de Portugal (onde as empresas de São João da Madeira desfrutavam de um pequeno mercado protegido) e o crescimento significativo da procura dos mercados europeus impulsionada pelos

baixos custos do país mas também constringida pela instabilidade política do país e pela entrada na União Europeia só vir a verificar-se em 1986. Todos estes factores favoreceram as empresas de Felgueiras em relação às suas congéneres de São João da Madeira tendo daí resultado que Felgueiras se tornou a mais importante aglomeração de produção de calçado em termos de quantidade e provavelmente também em volume de vendas e rentabilidade.

Um jovem gestor de uma empresa localizada em Felgueiras descreveu-nos algumas das diferenças emergentes antes as duas aglomerações da seguinte forma:

“Para além delas [as empresas de São João da Madeira] terem ficado paradas no tempo, não conseguiram modernizar em termos de maquinaria. Em São João da Madeira é um tipo de indústria que produz um artigo mais clássico e é um trabalho mais manual. Poucas fábricas em que nós entremos têm um nível de equipamento muito moderno, ao contrário de Felgueiras. O artigo aqui também é mais de quantidade; precisa-se de máquinas que produzam muito, enquanto lá não. [Em São João da Madeira] é um sapato melhor, com uma pele produzida manualmente. Normalmente tem uma sola de couro, pode ter uma sola de borracha mas muito bem trabalhada. Enquanto nós aqui o nível de produção horário de uma linha são 120 pares/hora, eles produzem 120 pares/dia. É uma produção muito devagar, muito minuciosa, muito cuidada. Claro que há lá fábricas que também produzem sapatos de grande consumo, como aqui também existem fábricas de calçado melhor. Agora, ao nível do calçado, em termos gerais, aqui produz-se um sapato muito mais barato, produz-se muito mais depressa do que lá porque lá é um trabalho muito mais manual e eles não têm uma componente de máquinas tão sofisticadas como existe em Felgueiras.”

Apesar desta dicotomia, algumas empresas em São João da Madeira continuam a concorrer com eficiência e rentabilidade, conforme nota o director da associação do sector:

“O que não existe muito em Felgueiras é aquilo que existiu sempre em São João da Madeira e que ainda existe hoje; são empresas com 20–30 trabalhadores a fabricar 50, 60 ou 70 pares por dia da gama muito, muito alta.”

Um empreendedor que lançou o seu negócio em 1981 e produz actualmente aproximadamente 1200 pares de sapatos por dia para mercados como o Japão, Reino Unido e Estados Unidos da América, capturou o espírito empreendedor da seguinte forma:

“Eu penso que o pessoal de São João é um bocado mais acomodado do que nós. É uma indústria com mais tempo, talvez tenha ganho muito dinheiro mais cedo e, se calhar, mais facilmente. Em Felgueiras temos pessoas industriais que trabalhavam para outros e depois começaram a fixar-se. Empregados que eram bons, tinham algumas qualidades e começaram a dizer; “eu vou arriscar”. E depois de arriscar as pessoas avançam, lutam.”

Em contrapartida, o proprietário duma empresa de São João da Madeira que foi à falência confirma-nos que existem diferenças:

“Esta zona [São João da Madeira] é uma zona de patrões e lá em cima é uma zona de empresários. Quero dizer que aqui são indústrias familiares que não se expandem. [Os empresários de Felgueiras] têm outra vivência. Começaram cedo a ir ao exterior. Foram sempre sendo uns entusiastas.”

Em síntese, estas diferenças competitivas distinguem claramente as duas redes em estudo de acordo com as diferenças expostas no Quadro 1, e permitem compreender a base da interacção que se estabelece entre elas.

5.2 INTERACÇÃO ENTRE AS REDES DE FELGUEIRAS E SÃO JOÃO DA MADEIRA

As relações directas entre empresas das duas redes são raras, provavelmente devido à distância física e consequentes dificuldades logísticas, mas também porque historicamente a proximidade organizacional entre elas não foi incentivada. Além disso, é de crer que as diferenças existentes em termos de empresas, produtos e mercados (ver Quadro 1) possam não facilitar estas relações. Existem, contudo, situações pontuais em que os produtores de Felgueiras subcontratam empresas de São João da Madeira, enquanto que o contrário é mais raro ainda. Esta situação pode ocorrer quando a procura dos mercados externos é atipicamente muito elevada (relembremos que Felgueiras é basicamente uma rede exportadora) e a procura doméstica (relembremos que os produtores de São João da Madeira dependem mais deste mercado) inferior ao normal.

Contudo, relações indirectas entre empresas das duas redes são muito mais evidentes, em particular relações conduzidas através da poderosa associação sectorial (APICCAPS). Sendo capaz de representar todas as partes do sector (e não existindo qualquer alternativa rival), a associação desenvolve estratégias colectivas para todo o sector, reforçando a cooperação e coesão do sector, mostrando uma única imagem nos mercados externos, e defendendo os seus interesses junto das entidades governamentais e outras organizações públicas e privadas

Por exemplo, na sequência das dificuldades de pagamentos no mercado russo havidas em 1998, a APICCAPS negociou um protocolo com a Caixa Geral de Depósitos, o maior banco português, procurando obter crédito em condições especiais para as empresas em dificuldades com aquele mercado. Noutro exemplo, em 1999, também como consequência da influência política da APICCAPS, algumas empresas lançaram projectos de investimento em novas fábricas ao abrigo do Programa de Apoio Específico à Deslocalização Industrial Regional (PAEDIR). Não é, por isso, surpresa que o Instituto de Apoio às Pequenas e Médias Empresas e ao Investimento (IAPMEI) apresente o PAEDIR como “resultando de uma parceria entre o Ministério da Economia e a associação industrial do sector – APICCAPS” (Iapmédia, 1999). No âmbito deste programa, o IAPMEI apoiou 25 novos projectos envolvendo a criação de 1400 novos postos de trabalho com o objectivo de deslocalizar a produção de calçado e componentes de áreas congestionadas como Felgueiras e São João da Madeira para áreas rurais menos desenvolvidas do interior do país.

Com o apoio do ICEP, a APICCAPS possui também um papel importante na promoção do sector como um todo em trinta feiras internacionais por ano em todo o mundo. Nestas ocasiões, as empresas portuguesas actuam colectivamente sob a marca “Portugal Quality Shoes”, um tema comum que é depois complementado pelas marcas individuais de cada empresa – um exemplo que ilustra como acções de cooperação ao nível colectivo são seguidas de acções de rivalidade ao nível organizacional.

As estratégias colectivas são também incentivadas pelo Centro Tecnológico do Calçado (CTC) e Centro de Formação Profissional da Industria do Calçado (CFPIC). Por exemplo, em 1993, o CTC iniciou o programa Fábrica de Calçado do Futuro, um programa ambicioso de investigação e desenvolvimento que compreendia vários projectos com o objectivo

de desenvolver vantagens competitivas nas tecnologias de produção. O CTC coordenou ainda o desenvolvimento cooperativo de novos equipamentos de corte de pele, novas tecnologias para produzir protótipos e amostras, sistemas automáticos de costura, e sistemas de CAD/CAM para calçado, envolvendo produtores de calçado e fornecedores de equipamento. Em muitos destes projectos o CTC trabalha em parceria com o CFPIC.

Apesar de tanto o CTC como o CFPIC possuírem a sua sede em São João da Madeira, possuem também instalações em Felgueiras. Desta forma, o desenvolvimento tecnológico e a formação profissional, bem como as feiras e exposições, são actividades que evidenciam interacção entre as duas redes estudadas.

Não surpreendentemente, estas organizações de coordenação, tanto privadas como públicas, facilitam a intervenção de gestores privados e públicos que, actuando em múltiplos papéis, se tornam conselheiros e decisores. O envolvimento activo de organizações públicas e o forte papel das organizações sectoriais têm, sem dúvida, encorajado a interacção entre redes de tal forma que as empresas do sector têm sido capazes de desenvolver capacidades competitivas acrescidas.

A eficácia destas actividades de coordenação e das políticas seguidas pode também ser realçada pelo esforço que a APICCAPS tem feito para representar não só os produtores de calçado mas também empresas de componentes e fornecedores de equipamento, estendendo a sua representatividade inclusive a algumas actividades comerciais de intermediação (por exemplo, compradores internacionais, agentes, distribuidores), apesar do sector de curtumes possuir a sua própria associação. Consequentemente, algumas acções colectivas, como por exemplo o desenvolvimento tecnológico,

são desenvolvidas mais eficientemente e com maior eficácia em virtude de todos os actores envolvidos possuírem uma plataforma comum de comunicação onde podem partilhar dificuldades e desenvolver estratégias colectivas com vantagem para as duas redes.

6. CONCLUSÕES

As redes podem ser vistas como agrupamentos de organizações que desenvolvem relações inter-organizacionais, resultando de diferentes tipos de relações, tanto directas como indirectas, entre os actores que as compõem. Nesta perspectiva, é pouco provável que as redes organizacionais possuam fronteiras claras e estáveis. A identificação destas redes deve tanto à percepção dos gestores, tradições culturais, e normas de concorrência estabelecida como à lógica económica ou de análise estatística de “clusters”. Neste artigo recorreu-se ao caso de duas redes de produção de calçado geograficamente localizadas em Felgueiras e São João da Madeira, em Portugal, afim de identificarmos o perfil competitivo de cada uma dessas redes e a forma como as diferenças detectadas facilitam interacção ao nível colectivo.

A análise dos dados qualitativos recolhidos sugere que as diferenças competitivas entre as redes organizacionais locais de Felgueiras e São João da Madeira – traduzidas nas características das empresas, produtos e mercados de cada rede – têm favorecido a interacção colectiva entre as duas redes, apesar da interacção diádica entre empresas numa rede com empresas da outra rede ser escassa. Esta interacção colectiva entre diferentes redes locais é amplamente promovida por entidades privadas representativas do sector (associação sectorial, centro tecnológico, e centro de formação profissional), mas também por entidades públicas (por exemplo, ICEP). Esta interacção traduz-se sobretudo em actividades cooperativas colectivas ao nível do desenvolvimento

tecnológico, produção, formação profissional, marketing e internacionalização, que contribuem para uma competitividade acrescida do sector de calçado português.

Nestesentido, a evidência empírica de que as duas redes estudadas exibem características complementares ao nível do tipo de empresas, produtos e mercados parecem indicar que essa complementaridade favorece a interacção cooperativa. Isto é, conforme se viu no Quadro 1, em termos colectivos, cada rede possui características complementares à outra rede, contribuindo para o reforço competitivo do sector como um todo. Ou seja, as duas redes beneficiam do facto desta complementaridade alargar e reforçar o âmbito de actuação de todo o sector em termos das suas empresas constituintes, produtos oferecidos e mercados de actuação. É precisamente esta complementaridade em termos de empresas, produtos e mercados, que leva ao desenvolvimento de acções cooperativas colectivas nos domínios do desenvolvimento tecnológico, produção, formação profissional, marketing e internacionalização. Naturalmente, decorre daqui a questão de saber que tipo de interacção se verificaria se as características das redes fossem idênticas, questão que merece ser investigada em redes locais que exibam as mesmas características.

Em síntese, é importante reconhecer que, da mesma forma que as relações diádicas entre duas empresas podem favorecer a sua posição competitiva, também a interacção numa rede com outras redes possui um papel importante no desenvolvimento de vantagens competitivas colectivas. Ou seja, a interacção no seio numa rede nas dimensões competitivas identificadas no Quadro 1 pode diferenciar e melhorar a posição competitiva dessa rede e das suas empresas. De igual forma, a interacção entre redes locais pode também favorecer a posição competitiva do sector como um todo e das suas empresas em termos nacionais ou internacionais.

As redes organizacionais locais devem por isso ser compreendidas tanto em termos da sua dinâmica competitiva como da sua dinâmica cooperativa, tendo como consequência lógica que nos casos em que alguma destas dinâmicas estiver em falta ou estiver adormecida a rede tornar-se-á mais frágil.

Para terminar, é importante que se desenvolvam trabalhos adicionais de pesquisa, tanto de natureza qualitativa como quantitativa, que nos ajudem a melhor compreender cada um dos seguintes aspectos: i) a comparação entre interacção organizacional ao nível das redes locais e a interacção ao nível das empresas (quer estas possuam ou não a mesma localização); ii) o papel da comunicação, poder e outras dimensões comportamentais na interacção colectiva; iii) o papel de terceiras partes na promoção da cooperação em rede e as barreiras que encontram nesse seu objectivo; iv) os padrões evolutivos das redes e, em particular, os padrões de desenvolvimento das relações e o equilíbrio de poder que possa existir ou não entre os actores das redes locais. Por exemplo, no que respeita ao papel das terceiras partes na promoção da cooperação em rede interessa compreender em que difere esse papel nos diferentes sectores e em que medida a actuação desses actores se deve às especificidades do sector e/ou das redes nele existentes.

AGRADECIMENTO

Os autores agradecem os comentários dos dois revisores anónimos deste artigo e a discussão havida no 13.º Congresso da Associação Portuguesa de Desenvolvimento Regional (Universidade dos Açores, Angra do Heroísmo, 5-7 de Julho de 2007) no qual foi apresentada uma versão anterior deste artigo.

BIBLIOGRAFIA

- Almeida, P.; Kogut, B. (1999). Localization of knowledge and the mobility of engineers in regional networks, *Management Science*, 45: 905-917.
- APICCAPS (1994). *Plano Estratégico Para a Indústria do Calçado*, Associação Portuguesa dos Industriais Calçado Componentes e Artigos Pele e Seus Sucedâneos, Porto.
- APICCAPS (1997). *Indústria Portuguesa Calçado - Relatório estatístico 1977 - 1996, 20 anos de crescimento*, Associação Portuguesa dos Industriais Calçado Componentes e Artigos Pele e Seus Sucedâneos, Porto.
- APICCAPS (1999). *A Indústria Portuguesa Calçado*, Associação Portuguesa dos Industriais Calçado Componentes e Artigos Pele e Seus Sucedâneos, Porto.
- APICCAPS (2005). *Footwear, Components and Leather Goods: an industry in transformation*, Associação Portuguesa dos Industriais Calçado Componentes e Artigos Pele e Seus Sucedâneos.
- Astley W. G. (1984). Toward an appreciation of collective strategy, *Academy of Management Review*, 9 (3): 526-535.
- Astley, W. G.; Fombrun, C. (1983). Collective strategy: social ecology of organizational environments, *Academy of Management Review*, 8(4): 576-587.
- Axelsson, B.; Easton, G. (eds.) (1992). *Industrial Networks – A New View of Reality*, Routledge, London.
- Baptista, R.; Swann, P. (1998). Do firms in clusters innovate more? *Research Policy*, 27(5): 525-540.
- Barney, J. B. (1997). *Gaining and Sustaining Competitive Advantage*, Reading, MA, Addison-Wesley
- Becattini, G. (1979). Dal settore industriale al distretto industriale. Alla ricerca dell'unita' d'analisi dell'economia industriale, *Rivista di Economia e Politica Industriale*, 1, pp. 7-21; Tradução inglesa: Sectors and/or districts: some remarks on the conceptual foundations of industrial economics, In E. Goodman; J. Bamford; P. Saynor (Eds) (1989). *Small Firms and Industrial Districts in Italy*, London: Routledge: 123-135.
- Bell, G. G. (2005). Clusters, networks, and firm innovativeness, *Strategic Management Journal*, 26: 287-295.
- Bresser, R. K. (1988). Matching collective and competitive strategies, *Strategic Management Journal*, 9 (4): 375-385.
- Bresser, R. K.; Harl, J. E. (1986). Collective strategy: vice or virtue?, *Academy of Management Review*, 11: 408-427.
- Carbonara, N. (2002). New models of inter-firm networks within industrial districts, *Entrepreneurship & Regional Development*, 14(3): 229-246.
- Cook, K. S.; Emerson, R. M. (1984). Exchange networks and the analysis of complex organizations. In: *Research in the Sociology of Organizations*, 3, JAI Press, Greenwich, CT: 1-30.
- Creswell, J. W. (2003). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approach*, 2nd edition, Thousand Oaks, CA, Sage Publications.
- Eiriz, V. (2001). *A Network and Relationship Approach to Strategic Marketing in Competitively Volatile Sectors*, Thesis submitted for the degree of Doctor of Philosophy, University of Manchester Institute of Science and Technology, Manchester School of Management, Manchester, United Kingdom.
- Eiriz, V.; Wilson, D. (2006). Research in relationship marketing: antecedents, traditions and integration, *European Journal of Marketing*, 40 (3/4): 275-291.
- Emerson, R. M. (1962). Power dependence relations, *American Sociological Review*, 27 (February): 31-40.
- Feka, V.; Xouris, D.; Tsiotras, G. (1997). Mapping strategic groups: an international example, *Journal of Business & Industrial Marketing*, 12(1): 66-75.
- Ford, D. (ed.) (1997). *Understanding Business Markets: Interaction, Relationships and Networks*, The Dryden Press, London.
- GEPIE (1995). *A Indústria Portuguesa - Horizonte 2015: Evolução e Prospectiva*, Gabinete de Estudos e Planeamento, Ministério da Indústria e Energia, Lisboa.
- Gomes-Casseres, B. (1994). Group Versus Group: How Alliance Networks Compete, *Harvard Business Review*, 72 (4): 62-74.
- Gomes-Casseres, B. (1996). *The Alliance Revolution: The New Shape of Business Rivalry*, Harvard Business School Press, Boston, MA.
- Grinyer, P.H.; Spender, J-C. (1979). Recipes, crises and adaptation in mature businesses, *International Studies of Management & Organization*, 9(3): 113-123.
- Håkansson, H., Havila, V.; Pedersen, A-C. (1999). Learning in networks, *Industrial Marketing Management*, 28(5): 443-452.
- Håkansson, H.; Johanson, J. (1992). A model of industrial networks, In Bjorn Axelsson; Geoffrey Easton (eds.) (1992), *Industrial Networks – A New View of Reality*, Routledge, London: 28-34.
- Håkansson, H. (Ed.) (1982). *International Marketing and Purchasing of Industrial Goods: An Interaction Approach*, John Wiley & Sons, Chichester.
- Håkansson, H.; Snehota, I. (Eds.) (1995). *Developing Relationships in Business Networks*, Routledge, London.
- Henderson, J. V. (1986). Efficiency of resources usage and city size, *Journal of Urban Economics*, 19: 47-70.
- Iapmédia (1999). Sector do Calçado - IAPMEI apoia a deslocalização do investimento, *Informação Mensal Para o Empresário*, Junho.
- Jarillo J. C. (1988). On strategic networks, *Strategic Management Journal*, 9(1): 31-41.

BIBLIOGRAFIA (CONT.)

- Jarillo J. C. (1993). *Strategic Networks: Creating the Borderless Organization*, Butterworth Heinemann, Oxford.
- Johanson, J.; Mattson, L.-G. (1988). Internationalization in industrial systems – a network approach, In Peter J. Buckley; Pervez Ghauri (Eds.) (1993). *The Internationalization of the Firm – A Reader*, Academic Press, London: 303–321.
- Johnston R.; Lawrence P. R. (1988). Beyond vertical integration – the rise of the value-adding partnership, *Harvard Business Review*, 66(4): 94-101.
- Lazerson, M. H.; Lorenzoni, G. (1999). The firms that feed industrial districts: a return to the Italian source, *Industrial and Corporate Change*, 8(2): 235-266.
- Macaulay, S. (1963). Non-contractual relations in business, *American Sociological Review*, 28: 55-70.
- Macneil, I. R. (1978). Contracts: adjustments of long-term economic relations under classical, neoclassical and relational contract law, *Northwestern University Law Review*, 72(6): 854-905.
- Macneil, I. R. (1980). *The New Social Contract: An Enquiry Into Modern Contractual Relations*, Yale University Press, New Haven, CT
- Maskell, P. (2001). Towards a knowledge-based theory of the geographical cluster, *Industrial and Corporate Change*, 10: 921-943.
- Mattsson, L.-G. (1985). An application of a network approach to marketing: defending and changing market positions. In Nikhilkesh Dholakia; Johan Arndt (Eds.). *Changing the Course of Marketing: Alternative Paradigms for Widening Marketing Theory*, JAI Press, Greenwich, CT: 263-288.
- Mattsson, L.-G. (1997). 'Relationship Marketing' and the 'Markets-as-Networks Approach': a comparative analysis of two evolving streams of research, *Journal of Marketing Management*, 13(5): 447-461.
- Miles, M. M.; Huberman, A. M. (1994). *Qualitative Data Analysis: An Expanded Sourcebook*, 2nd edition, Sage Publications, Thousand Oaks, CA.
- Monitor Company (1994). *Construir as Vantagens Competitivas de Portugal*, Forum Para a Competitividade, Lisboa.
- Ojasalo, J. (2004). Key network management, *Industrial Marketing Management*, 33(3): 195-205.
- Pfeffer, J.; Salancik, G. R. (1978). *The External Control of Organizations: A Resource Dependence Perspective*, Harper & Row Publishers, New York, NY.
- Piore; M. J.; Sabel; C. F. (1984). *The Second Industrial Divide: Possibilities for Prosperity*, Basic Books, New York, NY.
- Porac, J. F.; Thomas, H.; Baden-Fuller, C. (1989). Competitive groups as cognitive communities: the case of Scottish knitwear manufacturers, *Journal of Management Studies*, 26 (4): 397-416.
- Porter, M. E. (1980). *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*, The Free Press, New York, NY.
- Porter, M. E. (1985). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*, The Free Press, New York, NY.
- Porter, M. E. (1988). Clusters and the new economics of competition, *Harvard Business Review*, 76(6): 77-90.
- Pyke, F.; Sengenberger, W. (1996). Introduction, In Francesco Cossentino; Frank Pyke; Werner Sengenberger (Eds.). *Local and regional response to global pressure: The case of Italy and its industrial districts*, International Institute for Labour Studies, Geneva: 1-14.
- Reger, R. K.; Huff, A. S. (1993). Strategic groups: a cognitive perspective. *Strategic Management Journal*, 14: 103-124.
- Ritter, T. (1999). The networking company: antecedents for coping with relationships and networks effectively, *Industrial Marketing Management*, 28(5): 467-479.
- Ritter, T.; Wilkinson, I. F.; Johnston, W. J. (2004). Managing in complex business networks, *Industrial Marketing Management*, 33(3): 175-183.
- Saxenian, A. L. (1994). *Regional Advantage: Culture and Competition in Silicon Valley and Route 128*, Harvard, University Press, Cambridge, MA.
- Sorenson, O.; Baum, J. A. C. (2003). Geography and strategy: the strategic management of space and place. In Joel A. C. Baum; Olav Sorenson (Eds.). *Advances in Strategic Management, Volume 20: Geography and Strategy*, JAI Press.
- Swann, G.M.P.; Prevezer, Martha; Stout, David (1998). *The Dynamics of Industrial Clustering: International Comparisons in Computing and Biotechnology*, Oxford University Press, Oxford.
- Tallman, S.; Jenkins, M.; Henry, N.; Pinch, S. (2004). Knowledge, clusters and competitive advantage, *Academy of Management Review*, 29: 268-271.
- Thorelli, H. B. (1986). Networks: between markets and hierarchies, *Strategic Management Journal*, 7 (1): 37-51.
- Williamson, O. E. (1985). *The Economic Institutions of Capitalism*, The Free Press, New York, NY.
- Williamson, O. E. (1975). *Markets as Hierarchies: Analysis and Antitrust Implications*, The Free Press, New York, NY.
- Yin, R. K. (2003). *Case Study Research: Design and Methods*, 3rd edition, Thousand Oaks, Sage Publications.

MOTIVAÇÕES E PERCEPÇÕES DOS CONSUMIDORES: O CASO DO ALGARVE

Antónia Correia - Faculdade de Economia Universidade do Algarve - E-mail: acorreia@ualg.pt

Ana Rita Cruz - Faculdade de Economia Universidade do Algarve

João Guerreiro - Faculdade de Economia Universidade do Algarve

RESUMO:

Os novos contextos sociais e quotidianos contribuíram para o desenvolvimento de um novo conceito de consumo, onde a eficiência e um padrão comportamental heterogéneo condicionam a dinamização do comércio retalhista. Este artigo enquadrado num projecto mais vasto de avaliação da actividade comercial na região, pretende caracterizar hábitos de consumo. A partir de 1041 inquéritos realizados a uma amostra significativa dos consumidores conclui-se que apesar de coexistirem dois segmentos de mercado – aqueles que preferem o comércio independente de proximidade e aqueles que preferem a grande distribuição – nenhum dos dois grupos assume a não utilização de outros formatos comerciais. Os resultados permitiram identificar um conjunto de vectores que devem nortear a estratégia de desenvolvimento do sector comercial no Algarve.

Palavras-chave: Consumo, Comportamento do Consumidor, Comércio Independente de Proximidade, Grande Distribuição.

JEL: D12

ABSTRACT:

Current social contexts have contributed for the development of a new concept of consumption, where the efficiency and diversified behaviour changes the expansion of the retailing commerce sector.

This article was carried out in the framework of a broader evaluation project for the commercial activity in the Algarve region that intends to characterize purchase habits. From 1041 inquiries carried through a consumer's significant sample we concluded that although two distinct groups exist – those that prefer the independent proximity commerce and those that prefer wide distribution – none of the groups assume not using the other commercial format. The results allowed the identification of a group of vectors that must guide the development strategy of commerce in the Algarve.

Keywords: Consumer, Purchase Behaviour, Independent Proximity Commerce, Wide Distribution

JEL: D12

Agradecimentos: Os autores agradecem à Direcção Regional de Economia do Algarve o financiamento do estudo a partir do qual foi possível elaborar o presente artigo, agradecem igualmente aos revisores os comentários que permitiram melhorar o artigo.

1. INTRODUÇÃO

O consumo encontra-se instituído na sociedade moderna como um valor cultural, como um elemento intrínseco aos estilos de vida que constitui a essência da condição humana. O consumo é por definição uma actividade que pressupõe a satisfação, normal, a partir da troca financeira, com o objectivo último de resolver um conjunto de necessidades fundamentais para a sobrevivência do ser humano.

Num contexto de clara mercantilização, o consumo hoje assume-se mais como uma função social e cultural do que como um meio para satisfação de necessidades básicas. De facto, no contexto contemporâneo, os consumos são ditados pela sociedade mais do que pelo instinto de sobrevivência. Deste modo, e porque a sociedade e a economia estão em permanente mutação, os padrões de comportamento também se alteram ao ritmo em que surgem novas formas de mercantilismo. Neste quadro de dupla complexidade em que gostos, hábitos de consumo e novas formas de comércio se misturam importa perceber como é que os consumidores decidem o seu cabaz de compras.

Este artigo, inserido num projecto de investigação com o objectivo final de estimar os impactos dos formatos comerciais emergentes na região do Algarve, co-financiado pela Direcção Regional de Economia do Algarve e elaborado pela UAlg, pretende contribuir para avaliar de que modo as novas formas de mercantilismo influenciam os padrões comportamentais do consumidor.

Os estudos sobre o consumidor na literatura abordam o “acto de compra” como um processo sequencial e faseado que conduz a uma determinada atitude. Apesar da quantidade de estudos acerca desta temática, e da percepção clara de que o acto de

consumo resulta de um processo de interacção entre estímulos externos (provenientes da sociedade) e de estímulos internos (Kotler, 2000), pouco se sabe sobre o impacto das novas formas de venda na atitude de compra.

A partir de uma amostra significativa dos consumidores algarvios, que pretendia ser aleatória, já que os inquéritos foram realizados na rua sem prévia selecção dos respondentes, desenvolve-se uma análise das motivações de compra que permitiu obter dois segmentos de mercado: os consumidores que privilegiam o comércio dito tradicional e os consumidores que preferem a grande distribuição. Constituídos estes segmentos procedeu-se à sua caracterização sócio-demográfica, e suportados na teoria de comportamento do consumidor, determinaram-se motivações e hábitos de consumo da população residente e turística no Algarve.

2. REVISÃO DE LITERATURA

Grande parte dos autores que estudam o comportamento do consumidor concordam que as compras são precedidas de um processo de decisão. Embora a terminologia possa variar consoante o autor, existe um consenso no que respeita aos pontos que o processo de decisão compreende (Olshavsky e Granbois, 1979): existem duas ou mais acções alternativas, pelo que deve ocorrer uma escolha por parte do consumidor; existem critérios de avaliação para prever as consequências de cada alternativa para o consumidor, de acordo como os seus objectivos; a alternativa escolhida é determinada por uma regra de decisão ou procedimento de avaliação; o consumidor recorre a informação de fontes externas e/ou armazenada na sua memória, para aplicar a regra de decisão ou o procedimento de avaliação.

Na investigação desenvolvida sobre a procura comercial os temas mais trabalhados relacionam-se com a análise e caracterização do comportamento dos consumidores.

Na sua tese sobre venda directa, Alturas (2003), analisou os determinantes que influenciam o consumidor a aceitar comprar produtos através de venda directa e o seu grau de satisfação, e identificou diferentes perfis de consumidores que usam a venda directa, como forma de compra. O autor concluiu que a venda directa é uma forma de distribuição com muitas vantagens para o consumidor, quando comparada com outras formas de venda, devido a variados factores: a boa qualidade dos produtos, as garantias e expectativas confirmadas, o atendimento personalizado e a simpatia dos vendedores, a possibilidade de ver e experimentar os produtos, a credibilidade, honestidade, confiança, conveniência e conforto. Também foram identificados os principais determinantes da aceitação desta forma comercial, como a experiência com este tipo de venda directa, a comodidade, o estado civil, a especificidade dos produtos, a experiência com o vendedor, a compra em grupo e a confiança nesta forma de venda.

Raphel (1996), Doherty, Ellis-Chadwick e Hart (1999), debruçaram-se sobre o comércio electrónico em supermercados. O primeiro autor descreveu o perfil do consumidor virtual nos Estados Unidos e concluiu que os indivíduos que fazem as suas compras no supermercado preferem acompanhar as tendências já consolidadas em detrimento da mudança. O segundo equacionou a utilização do novo canal de marketing pelos consumidores britânicos, verificando que estes apenas o utilizam como um canal alternativo de comunicação e distribuição.

Marsden e Wrigley (1995), realizaram um estudo onde mostraram que é o comércio em supermercados que regula o consumo. Mesmo que não controlem directamente o sector produtivo e grande parte

da logística de distribuição, este segmento dos supermercados regula à distância todo o processo de fornecimento, desde o produtor até ao consumidor, e exerce uma influência bastante significativa sobre a procura e as escolhas do consumidor.

A compra compulsiva é também uma área muito estudada pela comunidade científica em vários países, nomeadamente, nos Estado Unidos (Faber e O' Guinn, 1989), no Canadá (D' Astous e Bellemare, 1989), na Alemanha (Scherhorn, Reisch e Raab, 1992) e na Bélgica (Dittmar, 2000). O objectivo principal destas análises consistiu em determinar as variáveis psicossociais associadas a este tipo de compra.

Martínez e Montaner (2006), analisam a resposta do consumidor face às acções promocionais das lojas, relacionando-as com as características psicográficas.

Morchett, Swobodab e Schramm-Klein (2006) desenvolveram, por um lado, um quadro metodológico de estratégias competitivas no comércio alimentar. E por outro, analisaram as percepções dos consumidores em relação às lojas desta tipologia de comércio. Ambos os estudos revelaram a existência de três tipos de vantagens competitivas neste ramo comercial: o preço, a qualidade e a conveniência do serviço.

Numa outra vertente, Oliver (1981), Anderson, Fornell e Lehmann (1994), Bitner, Brown e Meuter (2000) têm estudado a satisfação que os consumidores tiram da compra tradicional num estabelecimento. Especificamente, Oliver (1981) analisa a satisfação retirada da compra em supermercados em três estágios: no primeiro momento o consumidor cria uma expectativa em relação à loja, ou seja, em relação aos serviços que lhe serão prestados; num segundo estágio ocorre a formação da satisfação em relação ao processo de consumo (experiência de consumo) relativo aos produtos e serviços, influenciada também

pela satisfação relativa à experiência de compra; num terceiro momento o consumidor forma uma avaliação global da satisfação.

Berry e Parasuraman (1991) destacam a importância de dedicar esforços no atendimento ao consumidor visando a excelência no desempenho deste serviço. Estes autores identificaram a confiança, a sensibilidade, a segurança, a empatia e a tangibilidade como os principais factores determinantes da qualidade para os consumidores.

O comportamento do consumidor tem vindo a surgir como um campo de estudo independente dentro do marketing, no entanto, as suas fronteiras não estão ainda bem definidas. No final do século XX, havia ainda pouco consenso sobre os tópicos que este campo devia abranger (Kassarjian e Robertson, 1991).

Grande parte do trabalho teórico sobre comportamento do consumidor atribui grande ênfase ao papel da estrutura cognitiva, e os novos conceitos sobre o processamento da informação estão constantemente a ser incorporados na teoria do comportamento do consumidor, como resultado de crescentes ligações ao campo da psicologia (Zaltman, Lemasters, e Heffring, 1982). Porém, embora o número de conceitos e processos teóricos tenha aumentado muito durante a última metade do século XX, aumentou também o nível de complexidade na forma de lidar com os processos cognitivos, e nem sempre esse aumento foi acompanhado de metodologias capazes de diagnosticar esses processos na sua plenitude (Lynch e Scrull, 1982).

Grande parte dos autores parece concordar com o facto de que o comportamento do consumidor depende de um conjunto de estímulos que recebe do seu meio envolvente: estímulos ambientais e estímulos de marketing. Estes estímulos penetram no inconsciente do consumidor influenciando as

características e o processo de tomada de decisão do mesmo. São vários os estímulos que o consumidor recebe durante o processo de compra, e aos quais dá vários tipos de resposta. Segundo Lambin (1998: 182) *“os diferentes níveis de resposta do comprador podem ser agrupados em três categorias: a resposta cognitiva que põe em causa as informações detidas e o conhecimento, a resposta afectiva ligada à atitude e ao sistema de avaliação e a resposta comportamental que descreve a acção, ou seja, não só o acto de compra mas também o comportamento pós-compra.”*

Neste contexto e, apesar dos estudos pontuais e difusos que tentam perceber o comportamento do consumidor no comércio retalhista, muito pouco se sabe sobre o impacto das novas formas de venda nos hábitos de consumo. Esta lacuna é ainda maior no comércio em Portugal e, em particular no comércio no Algarve, âmbito de análise que alimenta este artigo.

3. METODOLOGIA

A metodologia adoptada para recolha dos dados baseou-se num inquérito constituído por questões abertas e fechadas, estruturado de modo a permitir, por um lado, a avaliação do processo de compra, das motivações, preferências e nível de satisfação dos consumidores dos vários concelhos do Algarve através de uma escala de Likert (1 - nada importante/não gosto/insuficiente a 5 – extremamente importante/gosto muito/excelente). Por outro lado, para além da caracterização sócio-demográfica dos consumidores, o inquérito permitiu inferir acerca dos espaços onde o consumidor preferencialmente realiza as suas compras, com que frequência o faz e como distribui o orçamento familiar pelos diferentes tipos de produtos.

Os inquéritos foram revistos individualmente, codificados, tabelados de acordo com um plano previamente definido e submetidos a diversos testes para revelar a sua significância e validade, dos quais resultaram pequenas correcções. No total foram realizados 1041 inquéritos, estratificados em função da população residente e turística e por concelho, conforme se apresenta no quadro 1. Os inquéritos foram realizados nas principais ruas comerciais de cada concelho e junto aos centros comerciais. Os indivíduos a inquirir foram seleccionados de forma aleatória entre os transeuntes. Refira-se que ao nível da população turística apenas foram considerados os turistas nacionais por serem aqueles cujos padrões de consumo mais se aproximam da população residente.

A amostra apresenta um intervalo de confiança de 95%, o que significa que os resultados podem ser extrapolados para o universo populacional com erro amostral de 3%.

A recolha de informação foi realizada em Agosto de 2006, período em que o Algarve acolhe o maior número de turistas nacionais. O tratamento e análise dos inquéritos foi realizado com o programa SPSS¹ V.14, o qual permite uma análise de estatística descritiva e multivariada e a consequente aferição do grau de significância das variáveis na explicação da procura.

O perfil sócio económico dos inquiridos apresenta-se na figura 1.

Pela análise dos resultados apresentados na figura 1 observa-se que, os inquiridos são maioritariamente do género feminino (85,2%), casados (54,2%), de nacionalidade portuguesa (97,7%), com uma idade média de 36 anos e um nível médio de educação (56,4%). Com um nível de rendimento médio alto da ordem dos 1618,36 euros/mês por agregado

QUADRO 1
Estratificação da Amostra

Concelhos	Residentes		Turistas		Total	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Albufeira	106	11,8	39	28,1	145	13,9
Aljezur	19	2,1	-	0	19	1,8
Castro Marim	22	2,4	-	0	22	2,1
Faro	107	11,9	11	7,9	118	11,4
Lagoa	46	5,1	10	7,2	56	5,4
Lagos	50	5,6	8	5,8	58	5,6
Loulé	126	14	23	16,5	149	14,3
Monchique	21	2,3	1	0,7	22	2,1
Olhão	84	9,3	-	0	84	8,1
Portimão	105	11,6	23	16,5	128	12,3
São Brás Alportel	46	5,1	-	0	46	4,4
Silves	66	7,3	6	4,3	72	6,9
Tavira	46	5,1	9	6,5	55	5,3
Vila do Bispo	17	1,9	-	0	17	1,6
VRSA	41	4,5	9	6,5	50	4,8
Total	902	100	139	100	1041	100

Fonte: Sistema de Informação Comercial, UALG (2006), INE (2001)

¹ Statistical Package for Social Sciences

FIGURA 1
Caracterização Sócio-Económica da Amostra

Género	Feminino (85,2%)	
Estado Civil	Solteiro (30,8%) Casado (54,2%)	
Nacionalidade	Portuguesa (97,7%)	
Educação	Secundário (56,4%) Superior (28,4%)	
MÉDIA	Idade	36 Anos
	Rendimento	1618,36€
	Agregado (nº)	2,7 Pessoas
Classe Social	A (6,1%) B (24,5%) C (60,3%) D (9,1%)	
R E S I D Ê N C I A	Algarve (86,7%)	
	Loulé (12,1%) Faro (10,3%) Albufeira (10,2%) Portimão (10,1%)	Vila do Bispo (1,6%) Aljezur (1,8%) Monchique (2,0%) Castro Marim (2,1%)
R E S I D Ê N C I A	Outras Regiões (13,3%)	
	Norte (2,9%) Centro (2,2%)	LVT (6,6%) Alentejo (1,6%)
Condição perante o trabalho	Activo	89,8%
	Não Activo	Estudante (4,9%) Desempregado (4,0%)

Legenda dos Escalões da Classe Social: A – Alta; B – Média Alta; C – Média Baixa; D – Baixa

Fonte: Sistema de Informação Comercial, UALG (2006)

familiar, o qual é composto, em termos médios, por 2,7 pessoas. Concentram-se nos pólos comerciais da região (Loulé, Faro, Albufeira e Portimão) e apresentam uma condição activa perante o trabalho (89,8%).

4. MOTIVAÇÕES E PADRÕES COMPORTAMENTAIS DO CONSUMIDOR NO ALGARVE

4.1 SEGMENTAÇÃO DO MERCADO E PERFIL DO CONSUMIDOR

A identificação dos segmentos de mercado foi realizada através da Análise de Clusters, a qual consiste num conjunto de procedimentos estatísticos que agrupa uma amostra em grupos relativamente homogéneos. Neste caso específico, os grupos formados tiveram por base a preferência dos consumidores pelos diferentes formatos definidos neste estudo: Comércio independente de proximidade de retalho alimentar; Comércio a retalho alimentar em hipermercados; Comércio a retalho alimentar em supermercados; Comércio a retalho alimentar discount; Comércio independente de proximidade de retalho não alimentar e Comércio a retalho não alimentar grande distribuição.

A definição dos segmentos de mercado iniciou-se com algumas análises exploratórias relativas ao método a aplicar na determinação dos agrupamentos, nomeadamente, ligações inter-grupos, ligações intra-grupos, critério do vizinho mais próximo e do mais fechado. Análises que tiveram como medida o quadrado da distância euclidiana.

Na análise de clusters utilizou-se o método de optimização *k-means*, a partir do qual foram obtidos 2 clusters que reúnem 447 e 367 observações.

A análise discriminante permite identificar diferentes grupos de observações de acordo com um conjunto de variáveis independentes em que a variável dependente é nominal. Esta técnica de análise possibilita gerar ponderações discriminadas para cada variável independente, em tudo semelhantes aos coeficientes de regressão logísticos. Simultaneamente, esta técnica permite avaliar a magnitude de variação e estimar correlações entre variáveis independentes e funções discriminantes, possibilitando assim segmentar os vários grupos (Pestana e Gageiro, 2003). Neste contexto a análise discriminante efectuada teve por objectivo identificar as características que distinguem

os membros de cada grupo, de modo a permitir a sua correcta classificação. No quadro 2 apresenta-se a probabilidade dos indivíduos estarem bem classificados, base para o desenvolvimento de toda a análise que se segue.

Esta análise apresenta um nível de confiança elevado, com 98,25% de hipóteses dos casos estarem bem classificados. A análise da variância simples permite

concluir que os clusters apresentam preferências diferenciadas por cada formato comercial identificado (quadro 3).

A análise categórica representada na figura 2 sugere a existência de dois grupos distintos. Por um lado, o segmento que prefere o *Comércio Independente de Proximidade (CIP)*, faz compras nos estabelecimentos a retalho alimentar e não alimentar existentes nas

QUADRO 2
Percentagem de Indivíduos Correctamente Classificados

Número de clusters	Grupo Previsto		Total	
	1	2		
Contagem	1	440	447	
	2	7	360	
	Não agrupados	152	75	227
%	1	98,4	1,6	100
	2	1,9	98,1	100
	Não agrupados	67	33	100

Fonte: Sistema de Informação Comercial, UALG (2006)

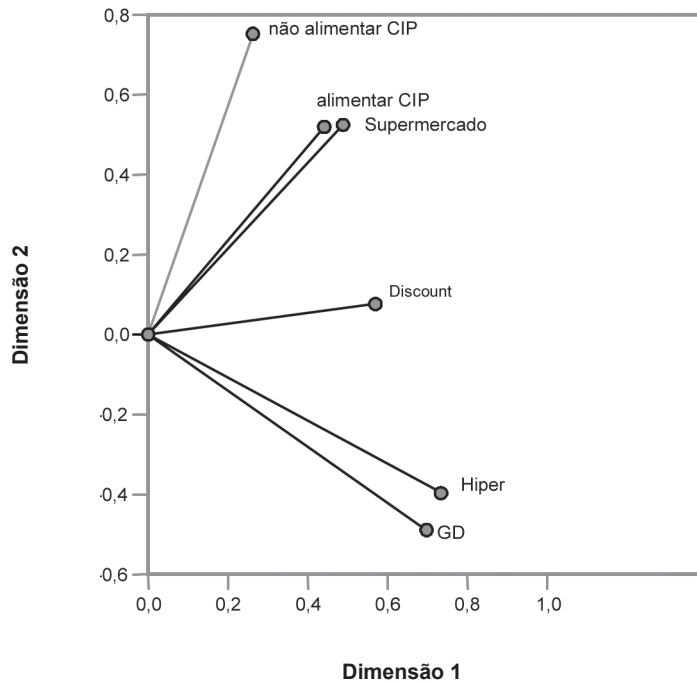
QUADRO 3
Análise de Variância

		Soma dos quadrados	df	Quadrado da média	F	Sig.
Comércio a retalho não alimentar grande distribuição	Entre grupos	388,398	1	388,398	653,945	0
	Intra-grupos	482,272	812	0,594		
	Total	870,67	813			
Comércio a retalho não alimentar CIP	Entre grupos	6,562	1	6,562	8,067	0,005
	Intra-grupos	660,548	812	0,813		
	Total	667,111	813			
Comércio a retalho alimentar discount	Entre grupos	152,611	1	152,611	186,469	0
	Intra-grupos	664,56	812	0,818		
	Total	817,171	813			
Comércio a retalho alimentar supermercado	Entre grupos	46,726	1	46,726	69,729	0
	Intra-grupos	544,125	812	0,67		
	Total	590,851	813			
Comércio a retalho alimentar hipermercado	Entre grupos	262,388	1	262,388	479,819	0
	Intra-grupos	444,041	812	0,547		
	Total	706,429	813			
Comércio a retalho alimentar CIP	Entre grupos	47,32	1	47,32	60,595	0
	Intra-grupos	634,119	812	0,781		
	Total	681,44	813			

Sig. < 0,05, resultados estatisticamente significativos.

Fonte: Sistema de Informação Comercial, UALG (2006)

FIGURA 2
Análise Categórica das Preferências dos Consumidores



Fonte: Sistema de Informação Comercial, UALG (2006)

ruas comerciais, e nos supermercados. Este último formato é, nesta perspectiva, considerado mais um tipo de estabelecimento perto de casa, cada vez mais acessível e mais equiparado a uma mercearia de grandes dimensões. Por outro lado, surge um outro segmento, a *Grande Distribuição (GD)* e agrupa os consumidores que, preferencialmente, compram nos estabelecimentos especializados de grandes dimensões e hipermercados. As preferências pelas lojas *discount* não apresentam um padrão definido. Situando-se entre os dois grupos, revelam a aleatoriedade da compra neste tipo de estabelecimentos (figura 2).

Identificados os segmentos apresenta-se a sua caracterização sócio-económica (figura 3). Entre os dois segmentos identificados, as principais diferenças são ao nível do estado civil, da educação, da classe social e dos concelhos de residência.

Verifica-se que o segmento que prefere a Grande Distribuição (GD) apresenta um maior número de consumidores solteiros (37,6%) por comparação com o segmento que privilegia o CIP. Estas diferenças também são visíveis ao nível da formação e da classe social. De facto, o segmento GD apresenta

FIGURA 3
Caracterização Sócio-Económica do Consumidor Algarvio, por Segmentos

	CIP	Grande Distribuição
Género	85,0% Feminino	86,1% Feminino
Estado Civil	56,7% Casados 29,6% Solteiros	48,0% Casados 37,6% Solteiros
Nacionalidade	97,5% Portuguesa	97,3% Portuguesa
Educação	59,4% Secundário 26,1% Superior	55,1% Secundário 34,9% Superior
Classe Social	23,0% Classe B 63,5% Classe C	27,8% Classe B 55,9% Classe C
Residência	84,4% Algarve 11,6% Portimão 10,5% Loulé/ Albufeira 11,6% Outras Regiões 7,4% LVT	85,8% Algarve 13,9% Loulé 12,5% Faro 14,2% Outras Regiões 5,4% LVT
Activos	91,9%	89,3%
Idade Média	36 Anos	33 Anos
Rendimento Médio	1649,26 €	1581,32 €
Agregado Familiar Médio	2,83 Pessoas	2,70 Pessoas

Legenda dos Escalões da Classe Social: A – Alta; B – Média Alta; C – Média Baixa; D – Baixa

Fonte: Sistema de Informação Comercial, UALG (2006)

um nível de formação superior e por conseguinte os seus consumidores desempenham funções que lhes atribuem um estatuto social superior àqueles que compram no CIP. Mais jovens, estes consumidores detêm, no entanto, um rendimento médio mensal ligeiramente inferior. Em relação aos concelhos de residência, o segmento CIP concentra-se entre Portimão, Loulé e Albufeira, enquanto o segmento Grande Distribuição restringe-se mais a Loulé e Faro (figura 3).

4.2 MOTIVAÇÕES E CARACTERIZAÇÃO DO PROCESSO DE COMPRA

As motivações são por definição um conjunto de factores que influenciam o comportamento do consumidor, ou seja, são as forças que o impelem para o acto de compra. Encontram-se extremamente ligadas às necessidades, carências ou desejos. Conhecer e compreender os motivos do consumidor que compra num determinado estabelecimento

reveste-se de extrema importância para desenhar as estratégias e orientar o processo de satisfação face às suas necessidades.

A este nível foram analisadas 28 variáveis que, a partir de uma análise de componentes principais, foram agrupadas em três componentes que por si explicam 43,6% da variância dos dados. Ou seja, estas três componentes explicam em 43,6% as motivações dos consumidores no processo de compra, por exemplo: onde comprar, o que comprar, por que preço.

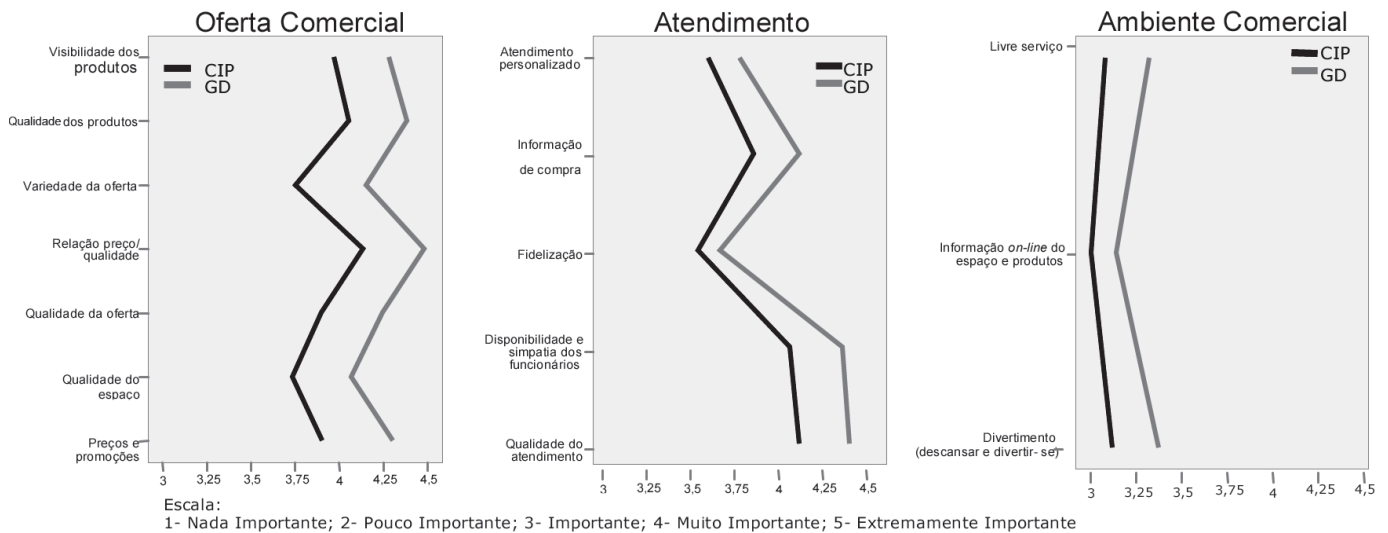
Na figura 4 analisamos as motivações de compra dos consumidores, do Comércio Independente de Proximidade e da Grande Distribuição, segundo as componentes criadas (*Oferta Comercial, Atendimento e Ambiente Comercial*). Podemos afirmar, depois de observar a figura, que tanto o segmento CIP como o segmento GD valorizam as mesmas variáveis, mas

com graus diferentes. Ou seja, no caso da GD o grau de valorização é sempre maior do que no caso do CIP, independentemente da variável que observamos.

Na componente *Oferta Comercial* as variáveis tidas como “Muito Importantes” pelos consumidores dos dois segmentos estão relacionadas com o preço (*Relação Preço/Qualidade e Preços e Promoções*), o que pode estar relacionado com a actual conjuntura económica, e com a *Visibilidade dos Produtos Procurados*. A *Variedade da Oferta* e a *Qualidade do Espaço* são factores considerados “Importantes”, ou seja, menos valorizados que os anteriores.

De uma forma geral podemos concluir que os consumidores típicos da Grande Distribuição estão mais motivados para a compra do que os consumidores que habitualmente utilizam os estabelecimentos do CIP (figura 4).

FIGURA 4
Motivações de Compra do Consumidor por Segmentos



Fonte: Sistema de Informação Comercial, UALG (2006)

A prevalência de um modelo de grande diversidade da oferta associada a preços baixos, prosseguido pelas unidades comerciais de grande dimensão é percebida pelos consumidores. De facto são estas as motivações que menos explicam o consumo nestes espaços na óptica do consumidor.

Na componente *Atendimento*, continua a verificar-se um padrão comportamental bastante semelhante, sendo que porém, em algumas variáveis a discrepância do grau de importância é mais acentuada. As variáveis que os dois segmentos mais valorizam, sendo consideradas como muito importantes, estão relacionadas com a *Qualidade do Atendimento*, a *Disponibilidade e Simpatia dos Funcionários* e a *Informação Disponibilizada no Acto de Compra*.

O modelo CIP parece prevalecer apenas pela *Fidelização* e pelo *Atendimento Personalizado* (uma vez que são os aspectos a que os consumidores atribuem maior grau de importância neste segmento). No entanto, as grandes “catedrais de consumo” parecem importar, cada vez mais, para si aquilo que até agora constituíram as grandes valências do CIP, na medida em que o *Atendimento Personalizado* constitui também motivo para os consumidores comprarem nestes espaços, superando a valorização atribuída no caso do CIP.

A componente *Ambiente Comercial* contém atributos que, comparativamente com as outras componentes, não têm tanta influência nas motivações de compra dos consumidores. Isto porque todas as variáveis, segundo a escala apresentada, se situam no grau “Importante”, enquanto nas componentes *Oferta Comercial* e *Atendimento* a maioria das variáveis são classificadas como “Muito Importantes”.

Esta componente agrupa apenas três variáveis, com valores próprios superiores a 0,5. Destas, aquelas que mais influenciam o processo de compra do

consumidor são o *Livre Serviço* e o *Divertimento* que se obtém do acto de compra. A variável *Informação Disponibilizada on-line do Espaço e Produtos* é, das três, a que detém menor grau de importância atribuído pelos consumidores do Algarve.

Mais uma vez se verifica a proporcionalidade, entre os segmentos analisados, relativamente ao grau de importância atribuído pelos respectivos consumidores típicos. Ou seja, no CIP a importância imputada às variáveis é ligeiramente inferior à grande distribuição, revelando que a associação entre a compra e o lazer é mais evidente na GD do que no CIP. No entanto, provavelmente pela actual conjuntura, os consumidores não parecem muito motivados para associarem, de um modo geral, o consumo ao lazer.

De um modo geral verifica-se que a compra ocorre motivada pela oferta comercial disponibilizada, pelo atendimento e pelo ambiente comercial. O consumidor que prefere o CIP revela um nível de motivação inferior àqueles que preferem comprar na GD. Na oferta comercial privilegia-se o preço e as promoções. No atendimento são relevantes aspectos como a disponibilidade e simpatia dos funcionários e a sua qualidade. No ambiente comercial surge o livre serviço e o divertimento.

4.3 AVALIAÇÃO DO APARELHO COMERCIAL

A avaliação do aparelho comercial foi realizada a partir da adaptação da matriz IPA. A IPA foi introduzida por Martilla e James (1977). Esta técnica tem sido utilizada em vários contextos enquanto instrumento de apoio à decisão na avaliação de estratégias. No estudo de realidades relacionadas com o lazer e recreação esta técnica tem sido aplicada por vários autores, tais como, Guadagnolo (1985), Hudson e Shepherd (1998), Uysal, Howard, e Jamrozy (1991), Martin (1995) e Mengak, Dottavio e O’Leary (1986). Os resultados aparecem sob a forma de uma matriz

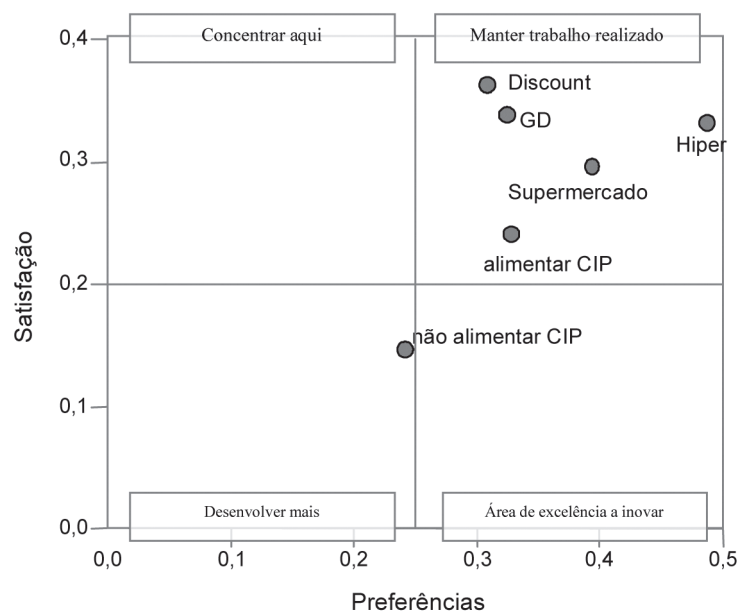
com quatro quadrantes. Quadrante I – Concentrar aqui - os elementos localizados aqui são a chave da mudança e requerem intervenção imediata. Quadrante II – Manter o Trabalho Realizado - contém elementos que são as “forças” da organização que deverá manter o trabalho realizado. Quadrante III – Desenvolver mais – este quadrante mostra os factores que não representam uma ameaça para a organização. Finalmente, o Quadrante IV – Áreas de Excelência a Inovar - representa os elementos de excelência, podendo-se desviar recursos da organização para outras dimensões mais frágeis (Graf, Hemmasi e Nielsen, 1992).

Como medida da importância utilizou-se um índice relativizado das preferências médias obtidas para cada estabelecimento. Como medida da performance utilizou-se o índice relativizado da satisfação obtida para cada tipo de estabelecimento. Conforme se pode identificar na figura 4, os consumidores identificam as áreas não alimentares do comércio independente

de proximidade como áreas a desenvolver, quer em tipologia de produtos a oferecer como na qualidade do serviço. Neste âmbito, estas áreas assumem-se como as que requerem maior atenção, quer por parte dos actores comerciais quer pelos responsáveis pela dinamização da actividade.

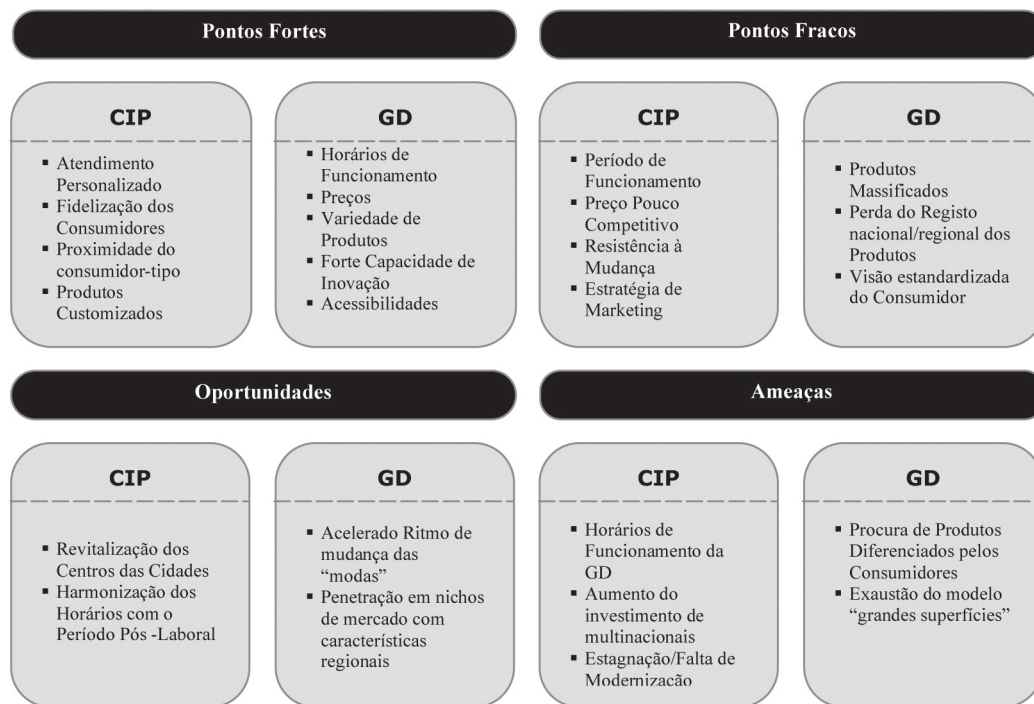
Em termos de preferência dos consumidores, torna-se perceptível a satisfação com o hipermercado, o supermercado, o discount ou o independente de proximidade. Estes formatos são assim identificados como sectores de excelência da actividade comercial regional, nos quais se deverá manter a matriz de actuação actual. Situação também reflectida nas preocupações manifestas pelos consumidores relativamente ao desenvolvimento da actividade comercial na região do Algarve, figura 6.

FIGURA 5
Análise de Correspondências de Preferência/Satisfação, por Segmentos



Fonte: Sistema de Informação Comercial, UALG (2006)

FIGURA 6
Matriz SWOT do Comércio no Algarve, por Segmentos



Fonte: Sistema de Informação Comercial, UALG (2006)

Neste sentido, reforçam-se algumas das conclusões já expostas previamente, particularmente no que concerne aos pontos fortes e fracos do comércio independente de proximidade e da grande distribuição. Salientam-se assim como pontos fortes, o atendimento personalizado e a fidelização de clientes no CIP, e os horários de funcionamento e a variedade de produtos na GD. Em contraponto, o período de funcionamento e a existência de preços poucos competitivos no comércio independente de proximidade, e a massificação de produtos e a perda do registo regional dos produtos na grande distribuição, são aqui apresentados como pontos fracos a remodelar.

Amatriz permite ainda agregar de forma complementar, para cada um dos segmentos, oportunidades e ameaças, em conformidade com os contributos dos consumidores.

A capacidade de revitalização dos centros urbanos das cidades, que em grande parte se encontram actualmente degradados, e a harmonização dos horários de funcionamento com o período laboral, em conformidade com o que acontece actualmente na grande distribuição, são apontados como principais oportunidades do comércio independente de proximidade. Em termos de ameaças, salienta-se a elevada capacidade financeira das multinacionais, gerando aumentos de investimento significativos por parte dos estabelecimentos da grande distribuição, e a estagnação dos estabelecimentos do CIP em termos de inovação.

No que respeita à grande distribuição, os consumidores inquiridos identificam como principais oportunidades a capacidade de penetração em nichos de mercado específicos e a capacidade de acompanhamento

das alterações de consumo. Em termos de ameaças a ponderar, o principal factor refere-se à exaustão do modelo das grandes superfícies por parte dos consumidores.

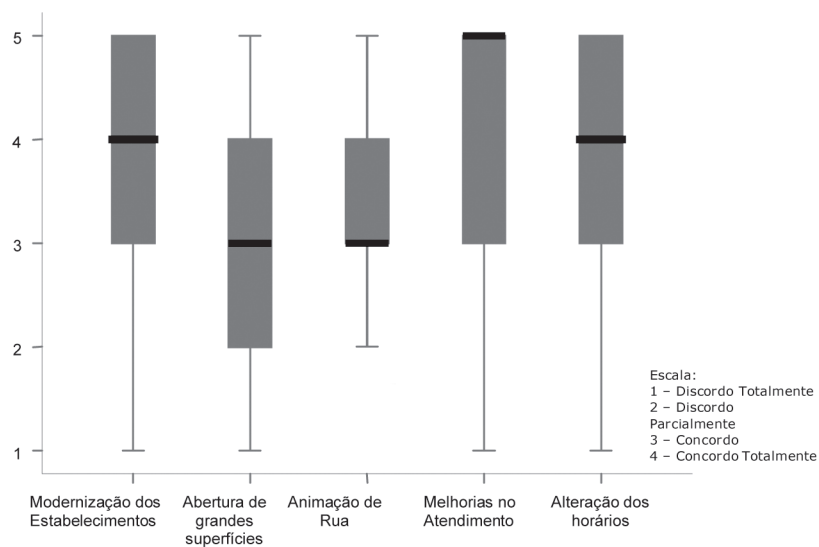
O diagnóstico sobre motivações e percepções dos consumidores relativamente ao comércio termina com a análise onde se pretende evidenciar as necessidades futuras do comércio. Esta permite a representação de escalas de preferências em box-plots para grupos de variáveis, de forma a caracterizar as principais diferenças existentes entre os grupos, neste caso os segmentos. As box-plots permitem a comparação de cada grupo pelas medianas, os valores mínimos e máximos observados e os percentis.

A linha cinzenta dentro de cada box-plot indica a mediana de cada distribuição. Os limites de cada box-plot indicam a dispersão das preferências para cada variável (valor máximo e mínimo). De um modo geral, este tipo de representação mostra claramente o grau de dispersão das preferências dos consumidores em torno da mediana.

Neste sentido, os indivíduos inquiridos identificam as melhorias do atendimento como factor essencial ao desenvolvimento futuro do comércio. A modernização dos estabelecimentos e a alteração dos horários, de forma a compatibilizar a oferta comercial com a actividade profissional dos consumidores, surgem igualmente como factores importantes na sua percepção do futuro do comércio. A abertura de grandes superfícies e a animação de rua surgem nesta análise como factores de menor relevância, comparativamente aos previamente apresentados.

De uma forma geral, a figura 7 permite-nos analisar aquilo que os consumidores esperam que seja a evolução do comércio em geral. Permitindo antecipar as exigências dos consumidores relativamente a melhorias no atendimento, e a alterações nos horários de funcionamento. Depreende-se ainda a preocupação com a modernização dos espaços comerciais. Com menos intensidade do que os factores anteriores, os consumidores perspectivam a abertura de grandes superfícies e um aumento da animação de rua.

FIGURA 7
Percepção dos Consumidores em Relação ao Futuro do Comércio



Fonte: Sistema de Informação Comercial, UALG (2006)

5. CONCLUSÃO

A pertinência do estudo em causa está plenamente justificada face ao crescimento do aparelho comercial instalado na região do Algarve, bem como das suas evoluções recentes, num contexto marcado por claros estrangimentos do poder de compra. Neste sentido julga-se necessário conhecer a opinião dos consumidores de forma a compreender a evolução contraditória entre a oferta e a procura.

De forma mais concreta deve-se referir que o presente estudo foi desenvolvido na óptica do consumidor e pretendia determinar motivos de compra, preferências e segmentos de mercado com padrões e hábitos de consumo diferenciados.

Os segmentos de mercado CIP e GD foram identificados em função das preferências e motivações dos consumidores, permitindo concluir que a grande distribuição tem vindo a converter aquelas que eram as suas principais desvantagens em vantagens competitivas. O atendimento personalizado e a sua qualidade, outrora mais-valias do Comércio Independente de Proximidade, começam agora a ser uma preocupação e uma exigência dos consumidores da Grande Distribuição, exigências essas que têm recebido resposta por parte destes estabelecimentos. A grande distribuição começa então a associar características do comércio dito tradicional com características próprias da sua forma de comércio, razão pela qual as motivações são mais valorizadas no segmento da Grande Distribuição. Um exame mais profundo destas conclusões permite antever que o comércio independente de proximidade poderá ver diminuída a afluência de clientes se não se criar vantagens competitivas relativamente à grande distribuição, uma vez que esta tem vindo a adoptar as vantagens que separavam os dois formatos.

A facilidade com que os consumidores que afirmam preferirem o CIP se deslocam à grande distribuição para realizarem compras, espelha bem o quão difusas são as suas preferências. Neste quadro de dinâmica permanente é evidente que os segmentos de mercado não estão fidelizados. A concorrência entre os vários formatos é mais forte e por conseguinte a necessidade de estratégias competitivas eficazes é proeminente.

As tendências do consumo actual, indiciam a importância que a permanente inovação e modernização irá desempenhar na actividade comercial, num futuro próximo, envolvendo uma reformulação constante nos serviços ao consumidor, nos formatos comerciais e na forma de gestão, que se irá necessariamente repercutir no comércio retalhista. É inegável que a grande distribuição tem vindo a transformar profundamente o tecido comercial, em múltiplos planos, afectando sobretudo as suas malhas mais tradicionais e enraizadas.

A partir do estudo elaborado importa realçar como medida relevante para o futuro desenvolvimento do comércio, segundo a óptica do consumidor, melhorar a qualidade do atendimento. Além desta surgem ainda referenciadas soluções que sugerem a importância da modernização dos espaços comerciais e a adequação dos horários de funcionamento.

Contudo, esta asserção que se afigura consensual, tende por vezes a ocultar o outro lado do problema, que para além de existir assume porventura uma importância maior do que se pode supor à partida. É que a par da concorrência preconizada pelas grandes superfícies comerciais, o pequeno comércio não tem podido ou não tem sabido ajustar-se a esta nova realidade, e encontrar assim o seu lugar e a sua oportunidade neste novo contexto social.

BIBLIOGRAFIA

- Alturas, Bráulio (2003), *Venda Directa: Determinantes da Aceitação do Consumidor*, Tese de Doutoramento em Organização e Gestão de Empresas, Especialização em Marketing, Instituto Superior de Ciências do Trabalho e da Empresa (ISCTE), Lisboa.
- Anderson, E., Fornell, C., e Lehmann, D. (1994), *Customer Satisfaction, Market Share, and Profitability: Findings from Sweden*, in *Journal of Marketing*, 58, 53-66.
- Bitner, M., Brown, S., e Meuter, M. (2000), *Technology infusion in service encounters*, in *Journal of the Academy of Marketing Science*, 28, 138-149.
- Berry, L., e Parasuraman, A. (1991), *Marketing Services: Competing Through Quality*, New York: The Free Press.
- D' Astous, A., e Bellemare, Y. (1989), *Contrasting compulsive and "normal" buyers-reaction to image, versus product quality advertising*, in A. D' Astous (Ed.), *Proceedings of the annual conference of the administrative sciences association of Canada – marketing division* (pp.82–91).Montreal, Quebec: Administrative Sciences Association of Canada.
- Doherty, N., Ellis-Chadwick, E., e Hart, C. (1999), *Cyber Retailing in the U.K.: The Potential of the Internet as a Retail Channel*, in *International Journal of Retail and Distribution Management*, 27 (1), 22-36.
- Faber, R., e O' Guinn, T. (1989), *Classifying compulsive consumers: Advances in the development of a diagnostic tool*, in T. K. Srull & B. Sternthal (Eds.), *Advances in consumer research* (Vol. 16, pp.738-744). Provo, UT: Association for Consumer Research.
- Fisher, Irving (1930) *The Theory of Interest*, The Macmillan Company New York disponível em URL <http://www.econlib.org/library/YPDBooks/Fisher/fshToI.html> a 12-03-2007.
- Graf, L., Hemmasi, M., and Nielsen, W. (1992) Importance satisfaction analysis: A diagnostic tool for organizational change. *Leadership and Organization Development Journal*, 13(6): 8-12.
- Guadagnolo, F. (1985) The Importance–Performance Analysis: An evaluation and marketing tool. *Journal of Park and Recreation Administration* 3:13–22.
- Hudson, S. e Shephard, G. (1998) Measuring service quality at tourist destinations: An application of Importance–Performance Analysis to an alpine ski resort. *Journal of Travel & Tourism Marketing* 7,:61–77.
- Kassarjian, Harold H. e Robertson, Thomas S. (1991), *Perspectives in Consumer Behavior*, Prentice-Hall, Englewood Cliffs, New Jersey, USA.
- Lambin, Jean-Jaques (1998), *Le Marketing Stratégique*, Ediscience International, Paris.
- Lynch, J. e Srull, T. (1982), *Memory and Attentional Factors in Consumer Choice: Concepts and Research Methods*, in *Journal of Consumer Research*, Gainesville, June 1982, Vol. 9, Iss.1, pp.: 18-37.
- Marsden, T e Wrigley, N. (1995), *Regulation, Retailing and Consumption*, in *Environment and Planning*, Vol. 27, London, pp.: 1899-1912.
- Martilla, J., e James, J. (1977) Importance-performance analysis. *Journal of Marketing*, 41(1): 77-79.
- Martin, D. (1995) An Importance/Performance Analysis of service providers. *Perception of Quality Service in the in the Hotel Industry* 3:5–17.
- Martínez, E., e Montaner, T. (2006), *The effect of consumer's psychographic variables upon deal-proneness*, in *Journal of Retailing and Consumer Services*, 13(3), 157-168.
- Mengak, K., Dottavio, F., and O'Leary, J. (1986) Use of Importance–Performance - Analysis to evaluate a visitor center. *Journal of Interpretation* 11:1–13.
- Morchett, D., Swobodab, B., e Schramm-Klein, H. (2006), *Competitive strategies in retailing-an investigation of the applicability of Porter's framework for food retailers*, in *Journal of Retailing and Consumer Services*, pp.: 13, 275-287.
- Oliver, R. (1981), *Measurement and evaluation of satisfaction processes in retail settings*, in *Journal of Retailing*, 57, 25–48.
- Olshavsky, R., e Granbois, D. (1979), *Consumer Decision Making – Fact or Fiction?* in *Journal of Consumer Research*, 6 (2), 93-100.
- Pestana, Maria Helena e João Nunes Gageiro (2003) *Análise de Dados para Ciências Sociais – A complementaridade do SPSS*, Lisbon, Edições Sílabo.
- Raphel, M. (1996), *How Supermarkets Capture Customers with their Net*, in *Direct Marketing*, 14-16.
- Scherhorn, G., Reisch, L., e Raab, G. (1992), *Addictive buying*, Further investigations in West and East Germany, Paper presented at the Joint Conference on Economic Psychology and Experimental Economics, Frankfurt am Main, Germany, 27–30 August 1992.
- Uysal, M., Howard, G. e Jamrozy, U. (1991) An application of Importance–Performance Analysis to a ski resort: A case study in North Carolina. *Visions in Leisure and Business* 10:16–25.
- Zaltman, G., Lemasters, K. e Heffring, M. (1982), *Theory Construction in Marketing*, John Wiley & Sons, New York, USA.

POTENCIAL DEMOGRÁFICO E ÁREA DE PRESSÃO URBANA COMO CRITÉRIOS DE DISTRIBUIÇÃO DE FUNDOS PELAS AUTARQUIAS LOCAIS

Tomaz Ponce Dentinho - Universidade dos Açores - E-mail: tomazdentinho@uac.pt

RESUMO:

Nos critérios de distribuição de fundos pelas autarquias locais estão sempre presentes a área, corrigida ou não por factores orográficos, e a população, aperfeiçoada porventura pelos fluxos turísticos. No entanto os limites das circunscrições territoriais e a variabilidade da densidade populacional introduzem distorções na afectação dos fundos e nem mesmo a ponderação entre a área e a população conduzem a distribuições compatíveis com as diversas atribuições e competências municipais.

O objectivo do artigo é propor dois novos critérios de distribuição de verbas pelas autarquias locais: o potencial demográfico que atenua os efeitos dos limites das circunscrições territoriais; e a área de pressão urbana, calculada com base na área e na população, que reduz o efeito da variabilidade da densidade populacional.

O teste destes dois indicadores face aos alternativos é feito com base nas contas dos municípios dos Açores. Conclui-se que os critérios Área com Pressão Urbana e Potencial Demográfico respondem bem aos problemas que resultam da utilização directa e aditiva da área e da população sendo igualmente fáceis de calcular. Por outro lado as questões de equidade podem ser em grande parte explicitadas através da manipulação do parâmetro do atrito à distância que faz parte do indicador do Potencial Demográfico para obter distribuições mais ou menos concentradas.

Palavras-chave: finanças regionais e locais, economia regional.

JEL: H71; R51

ABSTRACT:

Land area, corrected by orographic factors, and population, corrected by touristic flows, are common criteria used in the distribution of central funds between local administrations. Nevertheless, the boundaries of territorial administrations and the variability of population density introduce some bias in the allocation of funds for local competences, which cannot be corrected by just weighting the criteria area and population.

The aim of this article is to propose two new criteria for the allocation of central funds among local administrations: the demographic potential, that lowers the negative effect of the boundaries of territorial administrations; and the area with urban pressure, estimated using area and populations that corrects the variability of population density.

The test of these two criteria regarding the existing ones is done using the accounts of Azorean municipalities. It is concluded that the criteria such as area with urban pressure and demographic potential not only respond well to the problems associated with the direct and additive use of the area and the population but also they are easy to estimate. On the other hand, the questions related to equity can become explicit through the manipulation of the attrition parameter of the criteria demographic potential; actually it is possible to obtain more or less concentrated distributions only through the manipulation of one parameter.

Keywords: Regional and Local Finance; Regional Economics

JEL: H71; R51

1. INTRODUÇÃO

Os processos de descentralização e democratização do poder local ganharam um novo ímpeto em Portugal no seguimento da revolução de 1974. Um novo estímulo aparece mais recentemente por parte da União Europeia pela introdução do princípio da subsidiariedade do Tratado de Maastricht. Na verdade a descentralização tem vindo a ganhar força um pouco por todo o mundo, tanto em países federais maduros como em países tradicionalmente unitários e ainda em países em vias de desenvolvimento (Cerniglia, 2003).

Os motivos que justificam este processo variam e podem ter em vista distribuir o poder que existia concentrado em sistemas ditatoriais; reduzir o peso do governo central acompanhando a transição para economia de mercado mais eficiente através de uma maior desconcentração (Jina et al. 2005); aumentar o envolvimento público estimulando um maior controle dos cidadãos sobre as decisões governamentais; e, em países e regiões menos desenvolvidas, distribuir donativos internacionais pelos agentes locais para a redução da pobreza (UNCDF, 2003).

No entanto a descentralização nem sempre é positiva: primeiro, pode haver desigualdades regionais mais difíceis de colmatar; segundo, as elites locais passam a exercer maior controle sobre a política local; em terceiro lugar pode aumentar a corrupção; e, finalmente, os serviços locais podem ter mau desempenho devido a falta de qualidade na provisão de bens e serviços públicos ao nível local (CDG, 2000).

Nos processos distributivos é normalmente argumentado que seria preferível afectar as verbas de acordo com meros critérios de eficiência económica, nos quais se incluiriam factores de natureza geográfica (Oates et. al., 1972). Neste caso a descentralização seria o resultado quer da diversidade das preferências

(Hayek, 1945), quer da heterogeneidade na oferta de serviços públicos (Baleiras, 2002), quer ainda motivado pelas vantagens resultantes da concorrência entre as diferentes autarquias para atracção de cidadãos contribuintes (Tiebout, 1956). Neste pressuposto a redistribuição com critérios de equidade e não de eficiência seria garantida por mecanismos fiscais e de protecção social direccionados para as famílias e não directamente às autarquias locais. Todavia, se houver algumas limitações ao movimento de pessoas, ou se for necessário proceder as políticas redistributivas para as famílias, pode justificar-se algum desvio da afectação eficiente das verbas públicas introduzindo critérios de equidade nos sistemas de distribuição (Fuente, 2004).

Paulo Mourão (2006) sistematiza a redistribuição de fundos pelas autarquias em três tipos: a) Primeiro, a dotação de factores que atende à produtividade das afectações; b) Segundo a visão utilitarista que tende a ser equitativa em termos da população; c) e, terceiro, a que considera importante a clarificação das regras de jogo da redistribuição de fundos. O mesmo autor, analisa as diferentes leis das finanças locais em Portugal e conclui que a perspectiva aí adoptada é utilitarista que, como se disse acima, tende a ser equitativa em termos de população. No entanto, numa análise dos sistemas de distribuição de fundos pelas autarquias ao nível de vários países da Europa feita por John Loughlin et al. (2006) conclui-se que o sistema de distribuição equitativo pode criar comportamentos interesseiros por parte das autarquias, nomeadamente quando as transferências não são baseadas em critérios objectivos associados aos serviços prestados.

No presente trabalho pretende-se propor melhorias nos critérios de afectação normalmente utilizados. Nestes critérios são comuns indicadores como a área, corrigida ou não por factores orográficos, e a população, aperfeiçoada porventura pelos fluxos turísticos. No entanto os limites das circunscrições

territoriais, os movimentos para o emprego e para os serviços e a variabilidade da densidade populacional introduzem distorções na afectação dos fundos e, nem mesmo a ponderação entre área e população, conduzem a distribuições compatíveis com as diversas atribuições e competências municipais.

O objectivo é desenhar e testar dois critérios novos de distribuição de verbas pelas autarquias locais: o Potencial Demográfico que atenua os efeitos dos limites das circunscrições territoriais e pondera os movimentos para o emprego e para os serviços, e a Área de Pressão Urbana, calculada com base na área e na população, que reduz o efeito da variabilidade da densidade populacional entre os municípios. O teste destes dois indicadores face aos alternativos é feito com base nas contas dos municípios dos Açores.

No ponto 2 analisam-se os critérios actuais de distribuição de verbas pelos municípios. No ponto 3 propõem-se os novos critérios do Potencial Demográfico e da Área de Pressão Urbana. No ponto 4 faz-se a simulação dos novos critérios na distribuição das verbas pelas autarquias dos Açores. E no ponto 5 apresentam-se algumas notas finais.

2. ANÁLISE DA DISTRIBUIÇÃO DE VERBAS DO ORÇAMENTO PELOS MUNICÍPIOS

Os critérios de distribuição do Fundos do Orçamento de Estado para os Municípios da Região Autónoma dos Açores foram-se alterando desde a criação da primeira Lei das Finanças Locais em 1979 (Lei 1/79 de 2 de Janeiro) que, desde início definiu que as transferências do Orçamento de Estado para os

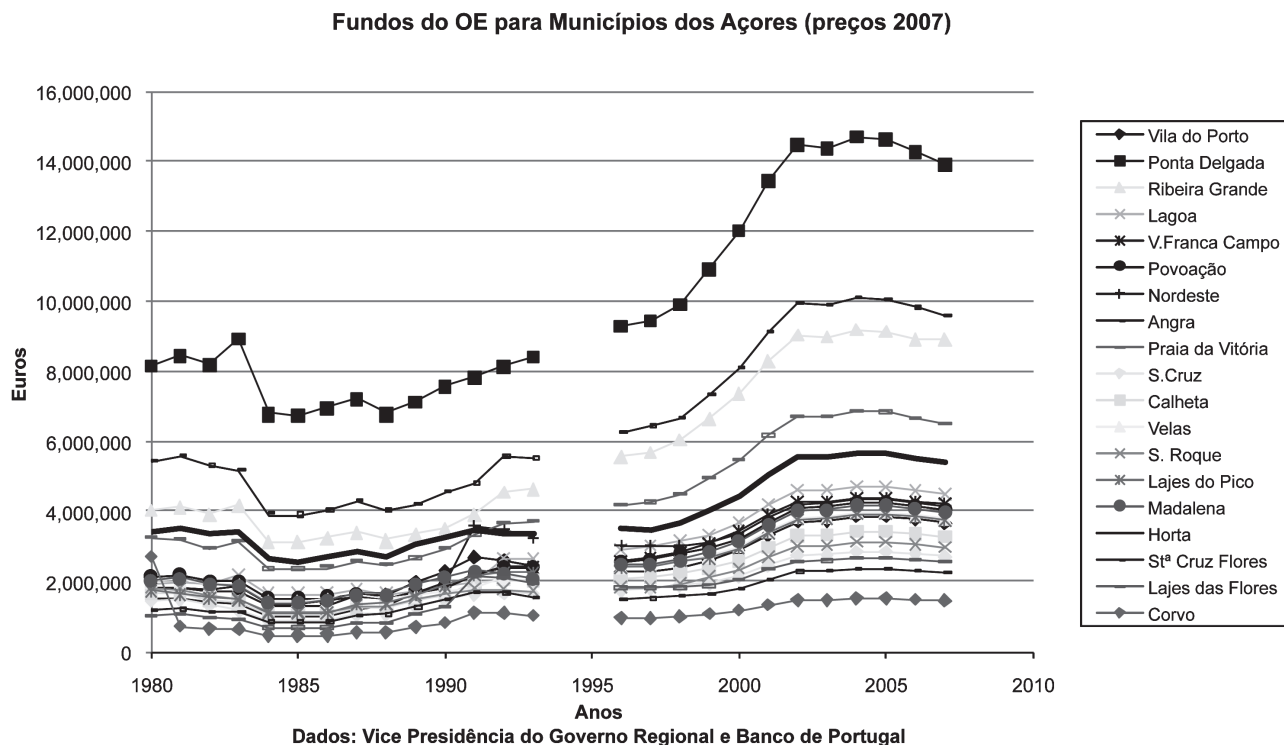
Municípios se faria a partir da distribuição por critérios objectivos do Fundo de Equilíbrio Financeiro. No entanto esses critérios de distribuição sofreram sucessivas alterações em 1984, 1987, 1992, 1999 e 2007 (Lei 2/2007 de 15 de Janeiro).

Essas alterações levaram a modificações das transferências em termos absolutos como podemos verificar no Gráfico 1. Um decréscimo acentuado em 1984 devido ao facto da verba base não ter acompanhado a inflação; um crescimento considerável de 1985 a 1993 por virtude da aplicação de critérios favoráveis às autarquias dos Açores; um crescimento acentuado de 1996 a 2002 pelo aumento muito considerável das verbas de base; e uma manutenção ou decréscimo das transferências de 2002 a 2007 porque as verbas de base não acompanharam a inflação. De notar que não foi possível obter os dados de 1994 e 1995 mas esse facto não tem relevância para as análises aqui realizadas.

No entanto, como podemos verificar no Quadro 1, a proporção relativa de cada município no total das transferências do Orçamento de Estado para os municípios da Região Autónoma dos Açores manteve alguma estabilidade. Apenas os municípios do Corvo, do Nordeste e das Lajes das Flores têm coeficientes de variação (desvio/média) do seu peso no todo regional superiores a 20%, que foram devidos aos períodos de alteração dos critérios de distribuição e ao facto desses municípios serem muito sensíveis à introdução, exclusão ou modificação de critérios de acessibilidade. Por outro lado grande parte da variação verificada ao longo de mais de vinte anos tem a ver com a dinâmica da população e da economia cujos indicadores integram normalmente os critérios de distribuição de verbas entre as autarquias.

GRÁFICO 1

Evolução dos Fundos do Orçamento de Estado para os Municípios dos Açores.



QUADRO 1

Participação dos Municípios nos Fundos do OE para a RAA

	Média	Desvio	Desvio/Média
Vila do Porto	4.10%	0.40%	9.83%
Ponta Delgada	16.59%	1.62%	9.75%
Ribeira Grande	8.99%	0.68%	7.59%
Lagoa	4.65%	0.36%	7.71%
V.Franca Campo	4.25%	0.31%	7.19%
Povoação	4.36%	0.11%	2.48%
Nordeste	4.25%	1.06%	24.83%
Angra	10.66%	0.57%	5.36%
Praia da Vitória	6.89%	0.28%	4.11%
S.Cruz	2.93%	0.17%	5.75%
Calheta	3.44%	0.19%	5.65%
Velas	4.02%	0.18%	4.52%
S. Roque	3.32%	0.21%	6.29%
Lajes do Pico	3.82%	0.34%	8.98%
Madalena	4.22%	0.19%	4.50%
Horta	6.51%	0.71%	10.87%
Stª Cruz Flores	2.60%	0.26%	9.83%
Lajes das Flores	2.68%	0.55%	20.37%
Corvo	1.72%	0.80%	46.45%

QUADRO 2
Capitação dos Fundos de Apoio aos Municípios dos Açores

	População em 2001	Fundos do OE- Municípios per Capita (1996-2004)	Relação entre os Fundos. OE- Municípios per capita e a Média	Fundos da EU- Municípios per Capita (1995-2004)	Relação entre os Fundos. EU- Municípios per capita e a Média	Fundos do G. Regional- Municípios per Capita (1995-2004)	Relação entre os Fundos. G. Regional- Municípios per capita e a Média
Vila do Porto	5578	557	1.47	186	1.33	81	3.21
Ponta Delgada	65854	187	0.49	76	0.55	4	0.17
Ribeira Grande	7116	267	0.70	97	0.70	8	0.33
Lagoa	28462	276	0.73	151	1.09	43	1.70
V.Franca Campo	11150	322	0.85	193	1.39	13	0.51
Povoação	6726	516	1.36	261	1.87	131	5.18
Nordeste	5291	691	1.82	304	2.18	68	2.70
Angra	35581	236	0.62	147	1.06	29	1.15
Praia da Vitória	20252	280	0.74	84	0.60	14	0.55
S.Cruz	4780	488	1.29	133	0.95	7	0.27
Calheta	4069	685	1.81	184	1.32	88	3.47
Velas	5605	575	1.52	238	1.71	12	0.47
S. Roque	3629	692	1.82	314	2.25	5	0.20
Lajes do Pico	5041	634	1.67	243	1.75	18	0.70
Madalena	6136	548	1.44	211	1.52	4	0.16
Horta	15063	309	0.81	139	1.00	43	1.71
Stª Cruz Flores	2493	779	2.05	216	1.55	24	0.96
Lajes das Flores	1502	1487	3.92	374	2.69	198	7.82
Corvo	425	2915	7.68	1659	11.91	558	22.00
Média Ponderada		379	1.00	139	1.00	25	1.00
Desvio-Padrão Ponderado		216	0.57	91	0.65	38	1.49

Tendo em atenção a estabilidade da distribuição relativa dos fundos do orçamento do estado para as autarquias locais vale a pena relacionar esta distribuição com a população dos vários municípios e, ao mesmo tempo, perceber a estrutura dos outros apoios públicos aos municípios. O Quadro 2 apresenta a capitação dos vários fundos de apoio aos municípios dos Açores. É patente que existe uma grande variabilidade nas capitações por município mas também é verdade que essa variabilidade é maior nos fundos comunitários e nos fundos provenientes do Governo Regional do que nas verbas provenientes do Orçamento de Estado.

De facto o desvio padrão ponderado das dotações per capita pelos municípios dos Açores é de 0.57 para as verbas do Orçamento de Estado, de 0.65 para as verbas provenientes da União Europeia e 1.49 para os fundos provenientes do Governo Regional para os municípios.

3. O POTENCIAL DEMOGRÁFICO E A ÁREA DE PRESSÃO URBANA

3.1 O POTENCIAL DEMOGRÁFICO

A capacidade de desenvolvimento de uma região não se limita ao seu território geográfico mas é também função da acessibilidade a outros territórios. Uma forma de estimar esta acessibilidade é de calcular o custo médio de transporte a determinadas regiões pré seleccionadas. Todavia fica ao arbítrio do analista, a escolha dessas regiões. Uma solução alternativa é utilizar o critério do potencial demográfico para chegar a um indicador de acessibilidade com base em dados estatísticos facilmente disponíveis: as populações dos vários municípios e a distância entre eles. A expressão matemática do Potencial Demográfico é a seguinte (Dentinho, 2002):

$$POT_j = \sum_i P_i \exp(-\beta c_{ij}) \quad (1)$$

em que POT_i é o Potencial Demográfico de Destino da zona i ; P_j é a população de cada uma das zonas j na área de influência de i ; $\exp(-\beta c_{ij})$ é uma função que traduz o atrito (β) do custo de transporte (c_{ij}). Também é possível calcular o potencial demográfico de origem através da forma:

$$POT_i = \sum_j P_j \exp(-\beta c_{ij}) \quad (2)$$

em que POT_j é o Potencial Demográfico de Origem da zona j ; P_i é a população de cada uma das zonas i na área de influência de j ; $\exp(-\beta c_{ji})$ é uma função que traduz o atrito (β) do custo de transporte (c_{ji}). O Potencial Demográfico de Destino reflecte a força centrípeta de cada município. O Potencial Demográfico de Origem traduz a força centrífuga de cada município.

No caso dos Açores quando é necessário calcular distância inter-ilhas que utilizam o transporte aéreo ou marítimo. Para isso a distância real (d_{ij}) é transformada na distância associada ao custo de transporte (c_{ij}) admitindo que há um custo de embarque e desembarque (δ) e que o custo de transporte por mar é uma proporção (α) do custo de transporte por terra.

$$c_{ij} = \delta + \alpha d_{ij} \quad (3)$$

Tendo em atenção que - fora das ilhas de São Jorge, Faial e Pico e também entre Corvo e Flores - o transporte de pessoas se faz maioritariamente por transportes aéreos, e que o custo por transporte terrestre é de 0.25 €/Km, podemos estimar, com base numa regressão linear que relaciona a tarifa aérea sobre 0.25 €/Km com a distância real entre ilhas, que $\delta = 125 \text{ Km}$ e $\alpha = 0.12$. Isto significa que o embarque e desembarque corresponde a percorrer 125 Km e que a distância por ar tem um custo de 12% do custo de percorrer a mesma distância em terra. Para o caso do transporte utilizado entre as ilhas ser o transporte marítimo estimámos que o custo de embarque e

desembarque é insignificante e que a distância por mar corresponde a 55% da distância por terra, isto com base nas únicas tarifas existentes entre as Ilhas de Faial, Pico e São Jorge e fazendo a regressão dessas tarifas sobre 0.25 €/Km com a distância real entre ilhas. Considerámos ainda que a distância dentro do mesmo município é metade do raio subjacente área do município $\{c_{ii} = [(Área_i / \pi)^{0.5} / 2]\}$ pelo que é possível que a distância dentro dos municípios seja diferente de um município para o outro pois as áreas também são diferentes. O parâmetro β é calibrado através da função *solver* do *software excel* de forma a que o total de potencial demográfico para os Açores seja igual à população dos Açores. No entanto, se quisermos utilizar esse parâmetro para gestão da distribuição de verbas entre os municípios é possível gerar estruturas distributivas mais ou menos concentracionistas com a variação daquele parâmetro. O Quadro 3 apresenta a matriz das distâncias entre os municípios dos Açores. O Quadro 4 apresenta o cálculo do Potencial Demográfico para vários valores do parâmetro β .

O Parâmetro $\beta = 0.12$ é o que resulta da calibração. Neste caso os municípios mais populosos e mais acessíveis aumentam o seu peso face ao critério da população. É o que acontece genericamente com todos os municípios da Ilha de São Miguel à excepção do Nordeste e também, tangencialmente, com o município da Madalena que ganha peso quando é considerada a acessibilidade aos municípios do Faial, Pico e São Jorge, aos quais é possível aceder por transporte marítimo frequente. Quando $\beta = 1.2$ a distância passa a ter um papel mais relevante e são os municípios mais centrais em termos físicos que ganham peso. É o caso da Lagoa e Vila Franca na Ilha de São Miguel e Santa Cruz da Graciosa ao nível dos Açores. Se $\beta = 0$ a distribuição é semelhante à que é obtida pelo critério da população e se $\beta = -0.1$ as zonas mais remotas como Nordeste, Povoação, Santa Cruz das Flores e Lajes do Pico ganham maior preponderância. Em suma, com apenas a

QUADRO 3
Matriz das Distâncias entre os Municípios dos Açores

Km	Vila do Porto	Ponta Delgada	Lagoa	Ribeira Grande	V. Franca do Campo	Povoação	Nordeste	Angra do Heroísmo	Praia da Vitória	Sta Cruz da Graciosa	Calheta de São Jorge	Velas	São Roque do Pico	Lajes do Pico	Madale-na	Horta	Santa Cruz	Lajes das Flores	Vila Nova do Corvo
Vila do Porto	3	145	148	156	159	176	187	176	164	172	185	171	186	195	174	175	203	200	200
Ponta Delgada	145	5	8	16	21	37	47	167	154	163	176	163	178	187	166	167	196	192	192
Lagoa	148	8	2	9	13	29	39	171	158	167	180	167	182	191	170	171	200	196	196
Ribeira Grande	156	16	9	4	14	26	33	178	165	174	188	174	189	199	178	179	207	204	203
V. Franca do Campo	159	21	13	14	3	17	29	184	172	181	194	181	196	205	184	185	214	210	210
Vila da Povoação	176	37	29	26	17	3	13	203	190	199	213	199	214	224	203	204	232	229	228
Nordeste	187	47	39	33	29	13	3	213	200	209	223	210	225	234	213	214	242	239	238
Angra do Heroísmo	176	167	171	178	184	203	213	5	16	154	168	155	171	181	159	160	187	184	183
Praia da Vitória	163	154	158	165	172	190	200	16	4	143	158	145	161	171	149	150	177	173	172
Sta Cruz da Graciosa	172	163	167	174	181	199	209	154	143	3	153	137	154	166	141	142	164	161	160
Calheta de São Jorge	184	176	180	188	194	213	223	168	158	153	4	19	52	65	48	53	182	179	178
Velas	171	163	167	174	181	199	210	155	145	137	19	4	32	50	25	30	165	161	161
São Roque do Pico	186	178	182	189	196	214	225	171	161	154	52	32	4	16	18	37	179	175	175
Lajes do Pico	195	187	191	199	205	224	234	181	171	166	65	50	16	4	29	53	191	187	187
Madalena	174	166	170	178	184	203	213	159	149	141	48	25	18	29	4	13	163	159	159
Horta	175	167	171	179	185	204	214	160	150	142	53	30	37	53	13	4	162	159	159
Santa Cruz	200	192	196	204	210	229	239	184	173	161	169	144	156	174	133	129	3	6	19
Lajes das Flores	203	196	200	207	214	232	242	187	177	165	182	165	179	191	163	162	6	3	26
Vila Nova do Corvo	200	192	196	203	210	228	238	183	172	160	178	161	175	187	159	159	19	26	1

QUADRO 4
Potencial Demográfico para vários níveis de atrito (Parâmetro β)

	População	Potencial $\beta=0.12$	Potencial $\beta=1.2$	Potencial $\beta=0$	Potencial $\beta=-0.1$					
Vila do Porto	5578	2.38%	3746	1.60%	116	4.62%	105982	2.38%	1.39E+13	0.81%
Ponta Delgada	65854	28.05%	74984	31.94%	165	6.59%	1251226	28.05%	6.99E+13	4.06%
Lagoa	7116	3.03%	11944	5.09%	495	19.76%	135204	3.03%	1.14E+13	0.66%
Ribeira Grande	28462	12.12%	36307	15.47%	146	5.81%	540778	12.12%	9.57E+13	5.56%
Vila Franca do Campo	11150	4.75%	14664	6.25%	347	13.85%	211850	4.75%	7.14E+13	4.15%
Vila da Povoação	6726	2.87%	7148	3.04%	113	4.49%	127794	2.87%	2.75E+14	16.00%
Nordeste	5291	2.25%	4947	2.11%	104	4.13%	100529	2.25%	6.03E+14	35.08%
Angra do Heroísmo	35581	15.16%	23836	10.15%	81	3.23%	676039	15.16%	1.10E+14	6.40%
Vila da Praia da Vitória	20252	8.63%	14846	6.32%	137	5.45%	384788	8.63%	1.78E+13	1.03%
Vila da Santa Cruz da Graciosa	4780	2.04%	3509	1.49%	236	9.41%	90820	2.04%	8.84E+12	0.51%
Calheta de São Jorge	4069	1.73%	3007	1.28%	49	1.97%	77311	1.73%	2.96E+13	1.72%
Velas	5605	2.39%	4669	1.99%	80	3.17%	106495	2.39%	1.09E+13	0.63%
São Roque do Pico	3629	1.55%	3249	1.38%	33	1.33%	68951	1.55%	3.14E+13	1.82%
Lajes do Pico	5041	2.15%	3902	1.66%	37	1.49%	95779	2.15%	1.15E+14	6.68%
Madalena do Pico	6136	2.61%	6122	2.61%	52	2.06%	116584	2.61%	1.62E+13	0.94%
Horta	15063	6.42%	12448	5.30%	85	3.39%	286197	6.42%	4.53E+13	2.64%
Santa Cruz	2493	1.06%	3175	1.35%	92	3.66%	47367	1.06%	1.26E+14	7.31%
Lajes das Flores	1502	0.64%	1833	0.78%	56	2.25%	28538	0.64%	5.39E+13	3.13%
Vila Nova do Corvo	425	0.18%	418	0.18%	84	3.34%	8075	0.18%	1.44E+13	0.84%
	234753	100.00%	234753	100.00%	2508	100.00%	4460307	100.00%	1.72E+15	100.00%

alteração de um único parâmetro operacional é possível obter afectações de verbas com diferentes níveis de concentração, mas todos eles baseados em dados geográficos bem concretos: a população e as distâncias entre municípios.

3.2 ÁREA COM PRESSÃO URBANA

O conceito de Área com Pressão Urbana pretende conciliar num só indicador a população e a área dos municípios. De facto, como a fórmula de cálculo de distribuição de fundos pelos municípios com base na área e na população é aditiva, os municípios com mais população ou com mais área ficam sempre beneficiados face aos restantes. E o que acontece é que a área mais directamente relacionada com as competências municipais não é a área total do município mas sim aquela que está sujeita à pressão urbana. O que se propõe neste trabalho é estimar a área sujeita à pressão urbana com base nos indicadores da população e da área que são extremamente fáceis de obter.

O conceito de Área sujeito à Pressão Urbana é ilustrado na Figura 1. Partindo do conceito de gradiente de densidade urbana (Field, 1980; Parr & Jones, 1983; Anderson, 1985; Skaburskis, 1989) assume-

se, para simplicidade do exercício de demonstração, que o centro da sede dos municípios têm o dobro da área do município e que a periferia do município tem densidade populacional igual a zero. A Área com Pressão Urbana é calculada da seguinte forma:

Primeiro calcula-se o Raio Médio do Município (RMM) com base na área.

$$RMM = \sqrt{(Área / \pi)} \tag{4}$$

Em segundo lugar calcula-se a Densidade Teórica Máxima no Centro (DTMC)

$$DTMC = 2 \times População / RMM \tag{5}$$

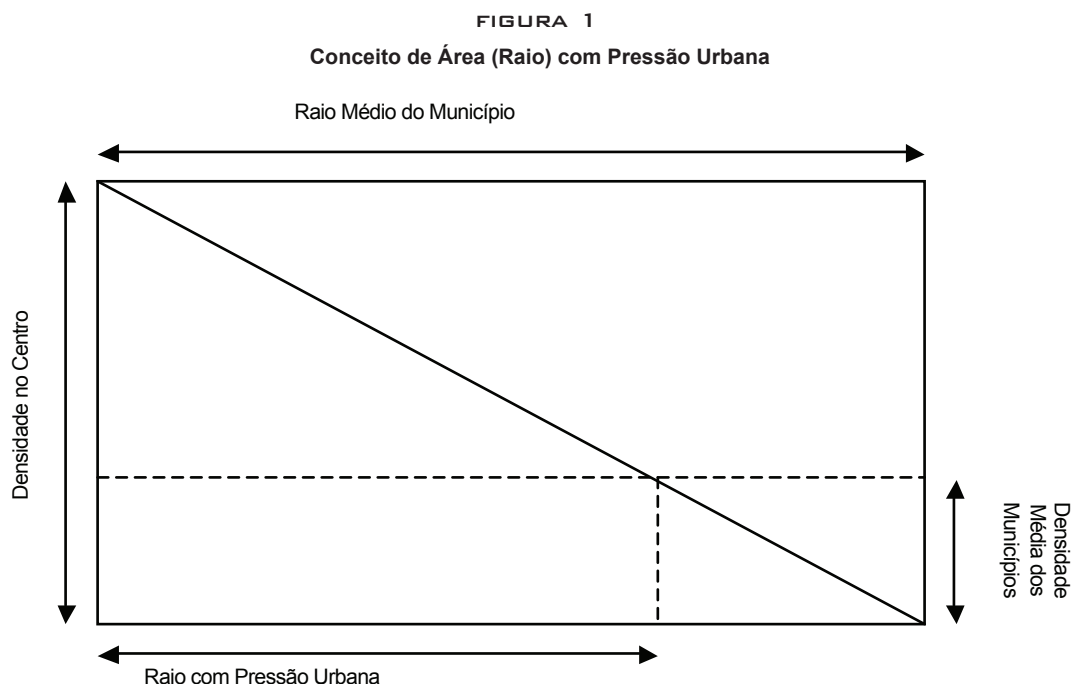
Em terceiro lugar calcula-se o Raio Urbano do Município (RUM)

$$RUM = RMM (1 - DM / DTMC) \tag{6}$$

Em que DM é a densidade média determinada pelo ratio da População da Região. Finalmente a Área com Pressão Urbana do Município é dada por:

$$APUM = \pi \times RUM^2 \tag{7}$$

O Quadro 5 apresenta os cálculos da Área com



Pressão Urbana com base na população corrigida pelo turismo e na área corrigida pela altimetria. Os cálculos são feitos para quando a densidade de referência é a média regional (75 habitantes por quilómetro quadrado) e também para quando a densidade de referência é igual a 100 habitantes por quilómetro quadrado.

Da análise do Quadro 5 é possível intuir o seguinte. Primeiro verificamos que para calcular o indicador de Área de pressão Urbana basta ter a área e a população. Segundo, o critério da Área de Pressão Urbana corrige a distribuição feita com base apenas no critério da área. Terceiro, é claro que os municípios de maior densidade acabam por beneficiar com o aumento da densidade média de referência.

No ponto seguinte vamos relacionar o critério do

Potencial Demográfico e o critério da área com Pressão Urbana com os apoios médios provenientes do Orçamento de Estado para cada um dos municípios dos Açores.

4. SIMULAÇÃO DOS CRITÉRIOS PROPOSTOS

Para analisar em que medida os diferentes critérios respondem às necessidades em gastos municipais relacionam-se esses mesmos critérios com a estrutura de distribuição do Fundo de Equilíbrio Financeiro existente. De notar que esta distribuição já é consideravelmente diferente da que os critérios objectivos que foram sendo propostos possam definir, uma vez que se assume que nenhum município pode

QUADRO 5
Cálculo da Área com Pressão Urbana dos Municípios dos Açores.

	Residentes e Dormindas	Área com Factor Altimétrico	%	Raio	Densidade Centro	Raio Urbano 75	Área Urbana 75	% Área Urbana 75	Raio Urbano 100	Área Urbana 100	% Área Urbana 100
Vila do Porto	5578	131	4.18%	6.5	1728	6.2	120	4.16%	6.08	116	4.15%
Ponta Delgada	65854	315	10.05%	10.0	13153	10.0	311	10.81%	9.94	310	11.08%
Ribeira Grande	7116	243	7.75%	8.8	1618	8.4	221	7.67%	8.25	214	7.64%
Lagoa	28462	62	1.98%	4.4	12814	4.4	61	2.13%	4.41	61	2.18%
Vila Franca do Campo	11150	105	3.35%	5.8	3857	5.7	101	3.50%	5.63	100	3.56%
Povoação	6726	146	4.66%	6.8	1973	6.6	135	4.69%	6.47	132	4.70%
Nordeste	5291	135	4.31%	6.6	1614	6.3	123	4.26%	6.15	119	4.24%
Angra do Heroísmo	35581	323	10.31%	10.1	7018	10.0	316	10.98%	10.00	314	11.21%
Praia da Vitória	20252	218	6.96%	8.3	4862	8.2	211	7.34%	8.16	209	7.47%
Sta Cruz da Graciosa	4780	79	2.52%	5.0	1906	4.8	73	2.53%	4.75	71	2.53%
Calheta	4069	170	5.42%	7.4	1106	6.9	148	5.13%	6.69	141	5.02%
Velas	5605	158	5.04%	7.1	1581	6.8	143	4.98%	6.64	139	4.95%
S. Roque do Pico	3629	192	6.13%	7.8	928	7.2	162	5.63%	6.98	153	5.46%
Lajes do Pico	5041	210	6.70%	8.2	1233	7.7	185	6.43%	7.51	177	6.33%
Madalena	6136	199	6.35%	8.0	1542	7.6	180	6.25%	7.44	174	6.22%
Horta	15063	234	7.47%	8.6	3491	8.4	224	7.78%	8.38	221	7.89%
Sta Cruz das Flores	2493	96	3.06%	5.5	902	5.1	81	2.80%	4.92	76	2.71%
Lajes das Flores	1502	95	3.03%	5.5	546	4.7	71	2.46%	4.49	63	2.26%
Corvo	425	23	0.73%	2.7	314	2.1	13	0.46%	1.84	11	0.38%
Açores	234753	3134					2881	100.00%		2800	100.00%

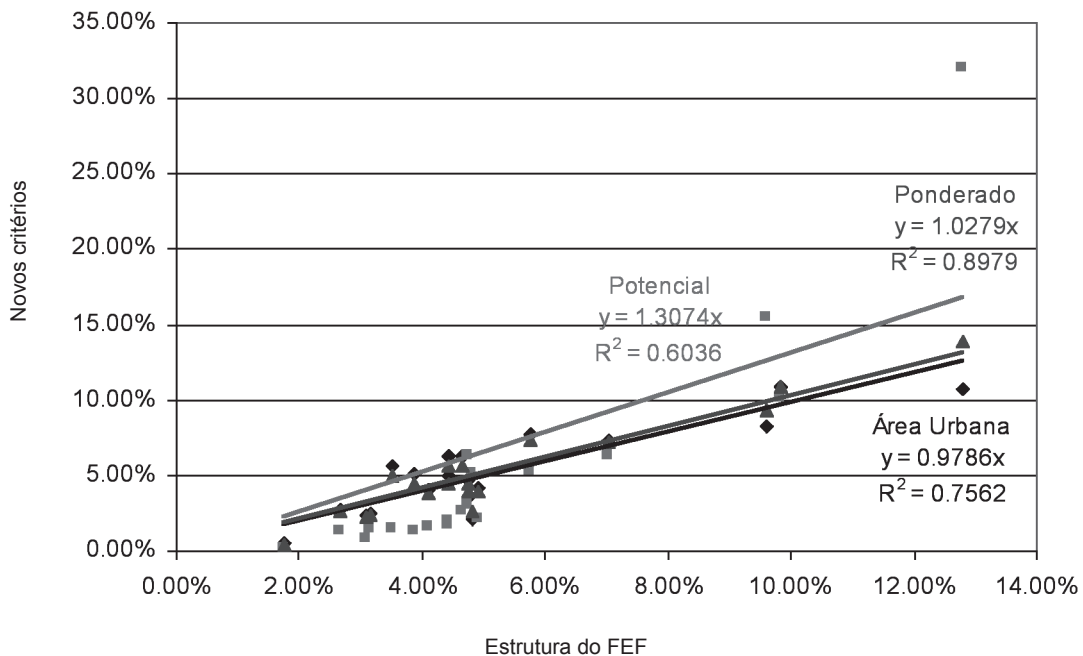
ver reduzida a sua participação no Fundo de Equilíbrio Financeiro em termos nominais.

O Gráfico 2 apresenta a relação entre a estrutura de distribuição do Fundo de Equilíbrio Financeiro e três estruturas distributivas alternativas: a distribuição implícita no critério do Potencial Demográfico; a distribuição subjacente ao critério da Área com Pressão Urbana; e uma distribuição ponderada das duas anteriores (85% para a Área com Pressão Urbana e 15% para o Potencial Demográfico). As ponderações foram calibradas de forma a minimizar a soma do quadrado das diferenças dos erros entre a distribuição do Fundo de Equilíbrio Financeiro e a distribuição que pondera Área com Pressão Urbana com o Potencial Demográfico.

o critério da Área Urbana aproxima muito bem a distribuição actual do Fundo de Equilíbrio Financeiro. Por outro lado o critério do Potencial Demográfico tem tendência a beneficiar os municípios maiores e mais centrais como Ponta Delgada, Ribeira Grande e Lagoa em desfavor de todos os outros. A ponderação dos dois critérios permite um melhor ajustamento à distribuição actual do Fundo de Equilíbrio Financeiro ao mesmo tempo que tem a vantagem de explicitar o parâmetro do atrito que, como dissémos, pode ser utilizado para concentrar ou dispersar os fundos com base na calibração de um único parâmetro.

O Gráfico 2 permite concluir o seguinte. Por um lado

GRÁFICO 2
Relação entre Novos Critérios e Estrutura do FEF.



CONCLUSÕES

Os critérios de distribuição do Fundo de Equilíbrio Financeiro pela autarquias locais estão esgotados. Por um lado não funcionam pois, na maioria dos casos, as distribuições são mais marcadas pela afectação histórica do que pelos vários critérios que vão sendo introduzidos. Por outro lado não reflectem critérios claros de eficiência e de equidade levando a distorções devidas aos limites das circunscrições territoriais e à variabilidade da densidade populacional. Finalmente não são utilizáveis como instrumento de política através da alteração de um simples parâmetro.

A proposta da Área com Pressão Urbana, como critério base de distribuição do Fundo de Equilíbrio Financeiro, e do Potencial Demográfico, como critério facilitador de políticas de concentração e desconcentração de fundos, parecem responder bem a estes problemas sendo igualmente fáceis de calcular. Mesmo as questões de equidade podem ser em grande parte explicitadas através da manipulação do parâmetro do atrito à distância que faz parte do indicador do Potencial Demográfico. Em trabalhos futuros valerá a pena testar diferentes critérios distributivos face a critérios claros de eficiência, de equidade e de sustentabilidade.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Anderson, John E. (1985) – The changing structure of a city temporal changes in cubic spline urban density patterns. *Journal of Regional Science*. Volume 25 Issue 3 Page 413-425, August 1985
- Baleiras, Rui Nuno (2002) – Finanças e fiscalidade regional e local. Cap. 18 de *Compêndio de Ciência Regional* (ed.) José Silva Costa. APDR, Coimbra.
- CDG (2000) – Decentralization and Democratic Local Governance Programming Handbook. Center for Democracy and Governance. Bureau for Global Programs, Field Support, and Research. U.S. Agency for International Development. Washington, DC 20523-3100.
- Cerniglia, Floriana (2003) - Decentralization in the public sector: quantitative aspects in federal and unitary countries. *Journal of Policy Modeling* 25, 749–776
- Field, Barry (1980) - Land-Structures Substitution and the Urban Density Gradient *Land Economics*, Vol. 56, No. 4 (Nov., 1980), pp. 447-450
- Fuente, Angel de la (2004) - Second-best redistribution through public investment: a characterization, an empirical test and an application to the case of Spain. *Regional Science and Urban Economics* 34, 489– 503.
- Dentinho, Tomaz (2002) – Modelos Gravitacionais. Capítulo 22 do *Compêndio de Ciência Regional*, editado por José da Silva Costa. Associação Portuguesa para o Desenvolvimento Regional, Coimbra.
- Hayek, Friedrich A., (1945) - The use of knowledge in society. *American Economic Review* 35, 519– 530.
- Jina, Hehui; Qianb, T, Yingyi; Weingast, Barry R. (2005) - Regional decentralization and fiscal incentives: Federalism, Chinese style. *Journal of Public Economics* 89, 1719–1742.
- Loughlin, John and Martin, Steve (2006) - Options for Reforming Local Government Funding to Increase Local Streams of Funding: International Comparisons. Prepared for the Lyons Inquiry into Local Government Funding. Cardiff University
- Mourão, Paulo (2006) – Que critérios redistributivos na lei das finanças locais? *Redes*, 11 nº1 163-185.
http://mpira.ub.uni-muenchen.de/3068/01/MPRA_paper_3068.pdf
- Oates, Wallace E. *Fiscal Federalism*. New York: Harcourt Brace Jovanovich, 1972.
- Parr, John B., Colon Jones (1983) – City size distributions and urban density functions: some interrelationships. *Journal of Regional Science*. Volume 23 Issue 3 Page 283-307, August 1983.
- Skaburskis, Andrejs (1989) - Inversions in Urban Density Gradients : A Brief Look at the Vancouver Metropolitan. *Urban Studies* (1989), 26, 3 9 7 -401
- Tiebout, Charles M. (1956) – A pure theory of local expenditures. *The Journal of Political Economy*, Vol. 64, No. 5 (Oct., 1956), pp. 416-424
- UNCDF (2003) - Empowering the Poor. Local Governance for Poverty Reduction. United Nations Capital Development Fund. web: <http://www.uncdf.org>

NORMAS PARA OS ARTIGOS A SUBMETER À REVISTA PORTUGUESA DE ESTUDOS REGIONAIS

A. NORMAS RESPEITANTES À ACEITAÇÃO E AVALIAÇÃO DOS ARTIGOS

1. Só serão aceites para avaliação artigos que nunca tenham sido publicados em nenhum suporte (outra revista ou livro, incluindo livros de Actas). A única excepção admissível é ter sido divulgada uma versão anterior do artigo submetido em séries do tipo “working papers” (electrónicas ou em papel).
2. Ao enviar uma proposta de artigo para a Revista, os autores devem renunciar explicitamente a submetê-la para publicação a qualquer outra revista ou livro até à conclusão do processo de avaliação. Para o efeito deverão sempre enviar, juntamente com o artigo que submetem, uma declaração assinada neste sentido. No caso de recusa do artigo pela Direcção Editorial, os autores ficarão livres para o publicar noutra parte.
3. Os artigos submetidos à Direcção Editorial para publicação serão sempre avaliados (anonimamente) por dois especialistas na área convidados para o efeito pela Direcção Editorial. Os dois avaliadores farão os comentários que entenderem ao artigo e classificá-lo-ão de acordo com critérios definidos pela Direcção Editorial. Os critérios de avaliação procurarão reflectir a originalidade, a consistência, a legibilidade e a correcção formal do artigo. No prazo máximo de 10 semanas após a submissão do artigo, os seus autores serão contactados pela Direcção Editorial

do resultado da avaliação feita. O processo de avaliação tem três desenlaces possíveis:

- (1) o artigo é admitido para publicação tal como está (ou com meras alterações de pormenor) e é inserido no plano editorial da revista. Neste caso, a data previsível de publicação será de imediato comunicada aos autores.
- (2) o artigo é considerado aceitável mas sob condição de serem efectuadas alterações significativas na sua forma ou nos seus conteúdos. Neste caso, os autores disporão de um máximo de 6 semanas para, se quiserem, procederem aos ajustamentos propostos e para voltarem a submeter o artigo, iniciando-se, após a recepção da versão corrigida, um novo processo de avaliação.
- (3) o artigo é recusado.

As decisões que a Direcção Editorial tomar com base nos pareceres recolhidos são soberanas e inapeláveis para qualquer outro órgão.

4. Assim que esteja feito o trabalho de formatação gráfica prévio à publicação do artigo na revista, serão enviadas ao autor as respectivas provas tipográficas para revisão. As eventuais correcções que este quiser fazer terão de ser devolvidas à Direcção Editorial no prazo máximo de 5 dias úteis a contar da data da sua recepção.

5. Ao autor ou a cada um dos co-autores de cada artigo aceite será oferecido um exemplar do número da Revista em que o artigo foi publicado e cinco separatas do artigo.
 6. Os originais, depois de formatados de acordo com as presentes normas, não poderão exceder as 30 páginas, incluindo a página de título, a página de resumo, as notas, os quadros, gráficos e mapas e as referências bibliográficas. Serão liminarmente recusados todos os artigos que ultrapassem este limite.
 7. As propostas de artigo deverão ser enviadas, pelo correio, para o Secretariado Técnico da Revista: APDR - Apartado 3060, 3001-401 COIMBRA - PORTUGAL. Para informações ou para a comunicação posterior os contactos do Secretariado Técnico são os seguintes: telefone: 239 820 938, fax: 239 820 750, e-mail: rper@ine.pt.
- B. NORMAS RESPEITANTES À ESTRUTURA DOS ARTIGOS**
8. Os autores deverão enviar o artigo completo (conforme os pontos seguintes) em disquette, CD-Rom ou por e-mail para o endereço que consta no ponto 7.
 9. Os textos deverão ser processados em *Microsoft Word for Windows* (versão 97 ou posterior). O texto deverá ser integralmente a preto e branco.
 10. Na publicação os gráficos, mapas, diagramas, etc. serão designados por “figuras” e as tabelas por “quadros”. Admite-se, nas figuras e nos quadros, a utilização de escalas de uma segunda cor (ex: laranja).
 11. As eventuais figuras e quadros deverão ser disponibilizados de duas formas distintas: por um lado devem ser colocados no texto, com o aspecto pretendido pelos autores. Para além disso, deverão ser disponibilizados em ficheiros separados: os quadros, tabelas e gráficos serão entregues em *Microsoft Excel for Windows*, versão 97 ou posterior (no caso dos gráficos deverá ser enviado tanto o gráfico final como toda a série de dados que lhe está na origem, de preferência no mesmo ficheiro e um por *worksheet*); para os mapas deverá usar-se um formato vectorial em *Corel Draw* (versão 9 ou posterior)
 12. As expressões matemáticas deverão ser tão simples quanto possível. Serão apresentadas numa linha (entre duas marcas de parágrafo) e numeradas sequencialmente na margem direita com numeração entre parêntesis curvos. A aplicação para a construção das expressões deverá ser ou o *Equation Editor (Microsoft)* ou o *MathType*.
 13. Salvo casos excepcionais, que exigem justificação adequada a submeter à Direcção Editorial, o número máximo de co-autores das propostas de artigo é três.
 14. O texto deve ser processado em página A4, com utilização do tipo de letra *Times New Roman* 12, a um espaço e meio, com um espaço após parágrafo de 6 pt. As margens superior, inferior, esquerda e direita devem ter 2,5 cm.
 15. A primeira página conterá exclusivamente o título do artigo, bem como o nome, morada, telefone, fax e e-mail do autor, com indicação das funções exercidas e da instituição a que pertence. No caso de vários autores deverá aí indicar-se qual o contacto para toda a correspondência da Revista.

16. A segunda página conterá unicamente o título e dois resumos do artigo, um em português e outro inglês, com um máximo de 800 caracteres cada, seguidos de um parágrafo com indicação, em português e inglês, de palavras-chave até ao limite de 8 em cada língua. Os dois resumos são obrigatórios.
17. Na terceira página começará o texto do artigo, sendo as suas eventuais secções ou capítulos numerados sequencialmente utilizando apenas algarismos (não deverão utilizar-se nem letras nem numeração romana).
18. Cada uma das figuras e quadros deverá conter uma indicação clara da fonte e ser, tanto quanto possível, compreensível sem ser necessário recorrer ao texto. Todos deverão ter um título e, se aplicável, uma legenda descritiva.
19. A forma final das figuras e quadros será da responsabilidade da Direcção Editorial que procederá, sempre que necessário, aos ajustamentos necessários.

C. NORMAS RESPEITANTES ÀS REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

20. A "Bibliografia" a apresentar no final de cada artigo deverá conter exclusivamente as citações e referências bibliográficas efectivamente feitas no texto.
21. Salvo em circunstâncias excepcionais, que deverão ser aduzidas pelos autores e sujeitas a decisão da Direcção Editorial, o número máximo permitido de referências bibliográficas é 25.
22. Para garantir o anonimato dos artigos, o número máximo de citações de obras do autor do artigo (ou de cada um dos seus co-autores) é três e não são permitidas expressões que possam

denunciar a autoria tais como, por exemplo, "conforme afirmámos em trabalhos anteriores (cfr. Beterraba (1998: 3))".

23. Os autores citados ao longo do texto serão indicados pelo apelido seguido, entre parêntesis curvos, do ano da publicação, de ":" e da(s) página(s) em que se encontra a citação. Por exemplo: ao citar-se "Batata (1973: 390-93)": está-se a referir a obra escrita em 1973 pelo autor "Batata", nas páginas 390 a 393. Deverá usar-se "Batata (1973: 390-93)" e não "Batata (1973: 390-93)". No caso de uma mera referência do autor bastará indicar "Batata (1973)".
24. No caso de o mesmo autor ter mais de um trabalho do mesmo ano citado no artigo, indicar-se-á a ordem da citação, por exemplo: Nabo (1983a: 240) e Nabo (1983b: 232).
25. As referências bibliográficas serão listadas por ordem alfabética dos apelidos dos respectivos autores no fim do manuscrito. O nome será seguido do ano da obra entre parêntesis, e da descrição conforme com a seguinte regra geral:

MONOGRAFIAS:

Cenoura, Hermenegildo (1997a), *A Teoria dos Legumes*, Alcarraques, Editora da Horta

COLECTÂNEAS:

Galega, Couve (1992), "Herbicidas e estrumes" in Feijão, Brunilde (coord), *Teoria e Prática Hortícola*, Mem Martins, Quintal Editora, pp. 222-244

ARTIGOS DE REVISTA:

Nabiça, Brites (1999), "Leguminosas Gostosas" in *Revista Agrícola*, Vol. 32, nº 3, pp. 234-275

26. A forma final das referências bibliográficas será da responsabilidade da Direcção Editorial que procederá, sempre que necessário, aos ajustamentos necessários.

NORMS FOR THE SUBMISSION OF PAPERS TO THE PORTUGUESE REVIEW OF REGIONAL STUDIES

A. NORMS FOR THE SUBMISSION AND ASSESSMENT OF PAPERS

1. 1. Only papers that have never been published (in another Review or book, including conference Proceedings) can be considered. The only exception is where a previous version of the paper submitted has been published in a series of “working papers” (electronic or paper format).
2. When a paper is submitted to RPER, the authors must explicitly state that it will not be submitted for publication in any other review or book until the reviewing process is completed. For this purpose, a signed declaration must be sent along with the paper. If the paper is rejected by the Editorial Board, the authors are free to publish it anywhere else.
3. Papers submitted for publication will always be reviewed (anonymously) by two specialists in the area, invited by the Editorial Board. The two referees will offer their comments and classify it in accordance with the criteria defined by the Editorial Board. The reviewing criteria include originality, consistency, legibility and the paper’s formal correction. The authors will be informed by the Editorial Board of the results of the evaluation within 10 weeks of its receipt. The assessment has three possible outcomes:

- (1) the paper is accepted for publication just as it is (or with minor changes) and it is included in the editorial plan for the Review. In this case, the authors are immediately informed of the expected publication date.
- (2) The paper is considered acceptable provided that major changes are made to its form and/or contents. In this case, authors will have a maximum of six weeks to make such changes and to submit the paper again. Once the revised version is received, a new assessment process starts.
- (3) The paper is refused.

Decisions taken by the Editorial Board based on the opinions received are final and cannot be appealed.

4. Once the paper has been formatted for publishing, it will be sent to the author for graphics checking and revision. Any corrections the author might want to make must be sent to the Editorial Board within five days.

5. Each author and co-author of accepted papers will be offered a number of the published Review
6. Articles cannot exceed 30 pages after being formatted according the present norms, including the title page, the summary page, notes, tables, graphics and maps and references. Papers that exceed this limit will immediately be refused.
7. Papers must be sent, by e-mail to rper@apdr.pt or by normal mail to the Executive Secretariat of RPER at APDR – Apartado 3060, 3001-401 COIMBRA – PORTUGAL. For further information or future contact: telephone: + 351 239 836 068, fax: + 351 239 820 750, e-mail: rper@apdr.pt.
12. Mathematical expressions must be as simple as possible. They will be presented on one line (between two paragraph marks) and numbered sequentially at the right margin, with numeration inside round brackets. Equation Editor (Microsoft) or Math Type are the accepted Applications for original format files.
13. The paper may have no more than three co-authors. Exceptions may be accepted when a reasonable explanation is presented to Editorial Board.
14. Text must be processed in A4 format, Times New Roman font, size 12, line space 1.5 and 6 pt space between paragraphs. The upper, lower, left and right margins must be 2.5 cm.

B. NORMS FOR STRUCTURING PAPERS

8. The authors must send a complete version of the paper on a CD-Rom by mail, or in the original Microsoft Word file by e-mail, to the contacts specified in point 7 of Norms (A).
9. The texts must be processed in Microsoft Word for Windows (97 or later version). All written text must be black.
10. Graphics, maps, diagrams, etc. shall be refereed to as “Figures” and tables shall be refereed to as “Tables”.
11. Figures and Tables must be delivered in two different forms: inserted in the text, according to the author’s choice, and in a separate file. Tables and graphics must be delivered in Microsoft Excel for Windows 97 or later. Graphics must be sent in both the final form and accompanied by the original data, preferably in the same file (each graphic in a different worksheet). Maps must be sent in a vector format, like Corel Draw or Windows Metafile Applications.
15. The first page shall contain only the paper’s title, the author’s name, address, phone and fax numbers and e-mail, and the affiliation of the author. In the case of several authors, please indicate the contact person for correspondence.
16. Second page shall only contain the heading and two summaries of the paper, one in Portuguese and the other in English, no more than 800 characters each, followed by a line, in Portuguese and English respectively, with the key-words to a limit of 8 for each language. The two summaries are required only when the paper’s language is Portuguese.
17. Text starts on the third page. Sections or chapters are numbered sequentially using Arabic numbers only (letters or Roman numeration must not be used).

18. Figures and Tables must contain a clear source reference. These shall be as clear as possible without the reading of the text being strictly necessary. Each must have a title and, if applicable, a legend.
19. The final format of Figures and Tables will be of the responsibility of the Editorial Board, who will allow some adjustments, whenever necessary.

C. NORMS FOR REFERENCES

20. The references listed at the end of each paper shall only contain citations and references actually mentioned in the text.
21. The maximum number of references allowed is 25. Exceptions to this rule are rare and only occur for extremely good reasons.
22. To ensure the anonymity of papers, each author's self references are limited to three and no expressions that might betray the authorship are allowed (for example, "as we affirmed in previous works (cfr. Beetroot (1998: 3))").
23. Authors cited in the text must be indicated by his/her surname followed, within round brackets, by year of publication, by ":" and by the relevant page number(s). For example, the citation "Potato (1973: 390-93)", refers to the work written in 1973 by the author Potato, on pages 390 to 393. If the author is merely mentioned, indication of "Potato (1973)" is sufficient.
24. In case an author has more than one work from the same year cited in the paper, citation must be ordered. For example: Turnip (1983a: 240) and Turnip (1983b: 232).

25. References must be listed alphabetically by authors' surnames, at the end of the manuscript. The name will be followed by year of publication inside round brackets and the description, thus:

MONOGRAPHS:

Carrot, Howard (1997a), The Vegetables Theory, Capers, Horticulture Editor

COLLECTION:

Green, Borecole (1992), "Weed Killers and Manure" in Been, Mary (coord.), Farming - Theories and Practices, Greenland, Onion Publishing Company, pp. 222-244

REVIEW PAPERS:

Tomato, Bridget (1999), Tasty Broccoli in Farmer Review, Vol. 32, no. 3, pp. 234-275

26. The final format of the references will be the responsibility of the Editorial Board, who will allow adjustments whenever necessary.

